



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

Tema:

”ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

AUTOR: PLASENCIA G. Yolanda

DIRECTOR: Econ. TABOADA. Diego

IBARRA-2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la creación de una microempresa productora y comercializadora de dulce a base de frejol con leche en el barrio Punyaro, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, por ende generar fuentes de empleo dentro del Cantón para fomentar desarrollo económico, humano y social, para lo cual se tomó en cuenta diferentes aspectos. Primeramente se procedió a realizar el Estudio de la Situación Actual del sector y al tener un enfoque claro referente a la actividad micro empresarial, se ejecutó el Estudio de Mercado basándose en el análisis de la calidad de vida y las condiciones en las que se encuentran los habitantes del sector, para lo cual se realizó entrevistas, encuestas y observaciones, teniendo como resultado aspectos importantes como la falta de interés de sacar al mercado este tipo de dulce a base de la leguminosa. Igualmente se realizó el Estudio Técnico en donde se desarrollará la macro y micro localización, el tamaño y la propuesta del Proyecto con sus respectivos factores que determinarán la ubicación y el fácil acceso a las instalaciones; así como. Así mismo el estudio está avalado por un adecuado análisis financiero utilizando los evaluadores más pertinentes que demuestran la factibilidad de la propuesta. Posterior se desarrolló la Organización Administrativa, disponiendo las diferentes áreas de acuerdo a los Niveles Jerárquicos demostrados en el Organigrama Estructural; igualmente se detalla las funciones que cumplirán cada uno de ellos. Finalmente se realizó un análisis de los Impactos social, económico, educativo, ambiental, para determinar finalmente el impacto general medio positivo, las cuales engloban en pequeñas frases sobre el cumplimiento de los objetivos planteados por el investigador.

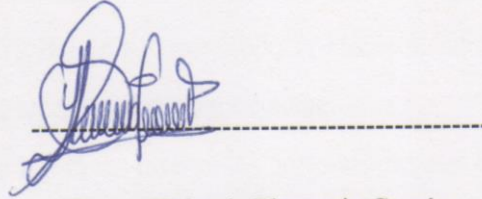
ABSTRACT

The present study has to determine the creation of a micro producer and marketer of fresh bean milk base in the neighborhood Punyaro, Canton Otavalo, Imbabura Province, thus generating employment in the Canton to promote economic development, human and social, for which we took in to account different aspects. First we proceeded to perform the Study of the Current Situation of the sector and to have a clear focus regarding micro enterprise activity, was executed Market Research based on the analysis of the quality of life and the conditions that are the inhabitants of the area, for which we conducted interviews, surveys and observations, resulting in important aspects such as lack of interest to market this kind of sweet made of the legume. Similarly Technical Study was conducted where the macro and micro develop location, size and project proposal with their respective factors that determine the location and easy access to facilities as well. Likewise, the study was supported by an adequate financial analysis using the most relevant evaluators demonstrate the feasibility of the proposal. Subsequent Administrative Organization developed, having different areas according to Hierarchical Levels shown in the structural organization; also details the functions that will meet each of them. Finally, an analysis of the social impacts, economic, educational, environmental, finally determining the overall impact positive means, which fall in to small phrases on the fulfillment of the objectives set by the res

AUTORÍA

Yo, Enma Yolanda Plasencia García. Portadora de cédula de ciudadanía 100356193-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA", Que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, 21 de Mayo del 2015



Enma Yolanda Plasencia García

C.I 100356193-1

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Enma Yolanda Plasencia García** para optar por el título de **Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.** cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne todos requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, 21 de Mayo del 2015



Econ. Diego Taboada

DIRECTOR

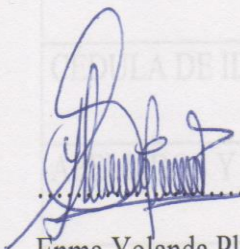


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, ENMA YOLANDA PLASENCIA GARCIA con cédula de ciudadanía Nro. 100356193-1 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

DATOS PERSONALES	
CÉDULA DE IDENTIDAD	100356193-1
NOMBRES	PLASENCIA GARCIA ENMA YOLANDA
DIRECCIÓN	Otavalo Barrio Punyaro Alto
	yolyp_18@hotmail.com


 Enma Yolanda Plasencia García
 C.I 100356193-1
 Ibarra, 21 de Mayo del 2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS PERSONALES	
CÉDULA DE IDENTIDAD	100356193-1
APELLIDOS Y NOMBRES	PLASENCIA GARCIA ENMA YOLANDA
DIRECCIÓN	Otavaló Barrio Punyaro Alto
EMAIL	yolyp_18@hotmail.com
TELÉFONO FIJO	2990-995
TELÉFONO CELULAR	0994402474

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”,
AUTORA	PLASENCIA GARCIA ENMA YOLANDA
FECHA	Ibarra, 21 de Mayo del 2015
PROGRAMA	PREGRADO x POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/DIRECTOR	Econ. Diego Taboada

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

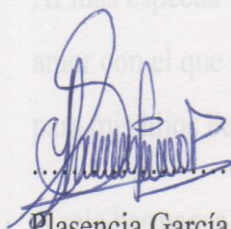
Yo, Plasencia García Enma Yolanda con cedula de identidad Nro. 1003561931 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 21 de Mayo del 2015

LA AUTORA: lo dedico:



Plasencia García Enma Yolanda

C.C.: 100356193-1

DEDICATORIA

El Presente trabajo lo dedico:

Al más especial de todos, a ti Dios porque hiciste realidad este sueño, por todo el amor con el que me rodeas y porque me tienes en tus manos. Esta tesis es para ti y para mis hijos Pablo Sebastián y Odalys Victoria

A mis hermanas, quienes han sido las gestoras para emprender mis estudios y que desde lejos han guía mis pasos y me inculca valores, a mi Madre la mujer más valiosa, mi Padre y hermanos que siempre me han apoyado y juntos hemos salido adelante a pesar de los momentos difíciles que la vida nos ha deparado.

A mis profesores, no sólo de la carrera sino de toda la vida, mil gracias porque de alguna manera forman parte de lo que ahora soy.

Yolanda Plasencia García

AGRADECIMIENTO

Con énfasis, también mi agradecimiento, va dirigido a la Universidad Técnica del Norte, y a mi Director Econ. Diego Taboada, que es el de culminar mi carrera Universitaria y empezar una nueva etapa en mi vida.

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida.

Sra. Eulalia, no me equivoco si digo que eres la mejor madre del mundo, gracias por todo tu esfuerzo, tu apoyo porque siempre has estado conmigo.

Sr. Wilson, éste es un logro que quiero compartir contigo, gracias por ser mi padre y creer en mí. Les quiero mucho.

A mis hermanas/os, por estar conmigo en los buenos y malos momentos. , por guiarme y por todo lo que de ustedes he aprendido, en verdad son especiales para mí.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado denominado :“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

El proyecto está estructurado de siete capítulos, catalogándolos así: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de mercado, Estudio Técnico e Ingeniería del proyecto, Estudio Financiero, Estructura Organizacional , funcional, y el Análisis de los Impacto, los mismos que se hacen necesarios para la elaboración y ejecución del proyecto de servicio en el Cantón Otavalo.

Capítulo I, Relacionado a el Diagnóstico Situacional, permite ver la realidad humana y económica de la ciudad de Otavalo, lo que nos ayuda a identificar el posible mercado como aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. Se obtuvo un diagnóstico en donde se pudo determinar los problemas y beneficios del Cantón.

Capítulo II, En el Marco Teórico consta del sustento escrito de todos los aspectos que encierra el presente estudio, tema más destacado y material bibliográfico actualizado, para llevar a cabo una correcta administración del negocio.

Capítulo III, El Estudio de Mercado, es un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda, oferta e identificación de precios actuales de productos similares al que se va a ofrecer.

Capítulo IV, Se detalla paso a paso el Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto, que ha tenido un papel importante en la elaboración de esta investigación, ya que se ha logrado determinar entre otros aspectos, el tamaño del proyecto, ubicación, procesos, tecnología, infraestructura física, inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo, financiamiento y talento humano; permitiéndole así a la microempresa ofrecer un producto de excelente calidad.

Capítulo V, Posteriormente el estudio económico financiero, consta del análisis de inversión inicial que se necesitara para la ejecución de este proyecto, basado en cotizaciones actuales de mercado, en base a esto se realiza la proyección de ingresos y egresos, que harán posible la generación de estados proformas y flujos de efectivo, a partir de los cuales se establece la evaluación financiera para determinar la rentabilidad que genera el proyecto así como su viabilidad financiera.

Capítulo VI, Se establece la Estructura Organizacional y Funcional , aspectos legales de constitución de la Microempresa, misión y visión valores, políticas generales, objetivos organizacionales, orgánico estructural y funcional, lo que permitirá estipular las funciones y políticas para el normal funcionamiento de la Microempresa propuesta.

Capítulo VII, En el que se analiza los impactos que generarán la realización del presente Proyecto; se ha considerado Impactos en el campo social, económico, educativo, ambiental, con la finalidad de establecer el impacto general que tendrá en la ciudad de Otavalo mostrando ventajas y desventajas de la implementación del proyecto.

Finalmente, se concluye este trabajo con las conclusiones y las recomendaciones.

OBJETIVO

Objetivo General:

Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa productora y comercializadora de dulce a base de fréjol con leche en el barrio Punyaro Alto, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura contribuyendo al desarrollo económico y mejorando la calidad de vida de las personas.

Objetivos Específicos:

1. Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar oponentes, aliados, riesgos, oportunidades que existe para la creación de una microempresa de dulce a base fréjol con leche en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura.
2. Elaborar el marco teórico, que sustente la creación la una microempresa.
3. Realizar el estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, para buscar estrategias de competitividad y la pre factibilidad que se tiene con la creación de las microempresas.
4. Realizar un estudio técnico para determinar la localización macroeconómica y microeconómica de la microempresa y la tecnología que se va a utilizar.
5. Establecer el estudio financiero del proyecto con la finalidad de conocer la rentabilidad, soluciones y alternativas de la implementación de una microempresa.
6. Establecer el tipo de infraestructura y la estructura organizacional para la creación de una microempresa en la ciudad de Otavalo.
7. Establecer un principal impacto para la creación de la microempresa en el ámbito social, económico, ambiental, educativo y empresarial.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Resumen Ejecutivo.....	ii
Autoría.....	iii
Certificación del Asesor.....	v
Cesión de Derechos de Autor	vi
Autorización de uso y Publicación.....	vii
Índice General.....	xv
Índice de Cuadros.....	xxiv
Índice de Gráficos.....	xxvii
CAPÍTULO I.....	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	32
Antecedentes del diagnóstico.....	28
Datos Generales del Cantón Otavalo	30
Objetivos del Diagnóstico.....	32
Objetivo General	32
Objetivos Específicos.....	32
Variables	32
Indicadores	32
Matriz de Relación Diagnóstico.....	34
Análisis Diagnóstico Externo.....	35
Determinación de Aliados Oponentes, Oportunidades y Riesgos.....	35
Aliados	35
Oponentes	35
Oportunidades	36
Riesgos	36

MARCO TEORICO

MICROEMPRESA	38
Definición de Microempresa.....	38
Objetivos de la microempresa.....	38
Importancia de la Microempresa.....	39
Características de Microempresa	39
Clasificación de la Microempresa.....	40
Ventajas y Desventajas de la Microempresa.....	41
Ventajas.	41
Desventajas.	41
Tratamiento tributario	41
RUC	41
Impuesto a la Renta.....	42
Finanzas de la Microempresa.....	42
Definición de Finanzas	42
Fuentes de Financiamiento de la Microempresa.....	43
Formalización de la Microempresa.....	44
Registros y Licencias	44
Licencias Municipales	45
Fréjol	46
Concepto de Fréjol.....	46
Beneficios del Fréjol.....	46
Fréjol Negro o Caupi	47
Fréjol Arbustivo	47
Fréjol Gandul	48
Fréjol Chino o Loctao	48
Composición Química del Fréjol	48
Cosecha del Fréjol.....	49
Industrialización del Fréjol	50
Proceso de Producción.....	50
Limpieza de Fréjol	50
Cocción del Fréjol.....	51
Pelado del Fréjol	51

Licuado y Cocinado	51
Empaque del dulce a base de fréjol.....	51
Equipos	51
Insumos	52
Leche	52
Qué es la Leche.....	52
Beneficios de la Leche	53
Importancia de la Leche.....	53
Propiedades de la leche.....	54
Contabilidad	56
Definición	56
Importancia	57
Objetivos.....	57
Funciones de la Contabilidad.....	58
Estados Financieros a presentar	59
Objetivo de los Estados Financieros	59
Características cualitativas de la información en los Estados Financieros	59
Contabilidad de costos	60
Definición	60
Costo de producción	60
Estudio técnico.....	62
Estudio financiero	63
Evaluadores financieros.....	63
Valor Actual Neto (VAN).....	64
Tasa interna de retorno (TIR)	64
Período de Recuperación de la Inversión.....	65
Punto de equilibrio.....	65
Relación beneficio costo	66
Administración.....	66
Definición	66
Importancia	67
Principios Generales de la Administración.....	67
División de Trabajo.....	67

Autoridad	67
Disciplina	67
Unidad de mando	67
Unidad de dirección	67
Subordinación	67
Remuneración	68
Centralización	68
Jerarquía de Autoridad	68
Orden	68
Equidad	68
Estabilidad.....	68
Iniciativa	68
Espíritu de grupo.....	68
Publicidad	68
Definición	68
Marca	69
Empaque	69
Etiquetado	70
Medios de publicidad.....	70
Televisión.....	70
Radio	70
Volantes	71
Prensa (periódico).....	71
Web (Publicidad en Internet	72
Parámetros sensoriales	72
Diseño y Color	73
Calidad del producto	73
Servicio al Cliente.....	74
Promoción	74
Marketing	74
Concepto de Marketing.....	74
Importancia del Marketing.....	75
Componentes del marketing	75

Entorno.....	75
Exhibidores	76
Etapas del Ciclo de Vida del Producto.....	76
Introducción	76
Competencia	77
Competencia Perfecta	77
Competencia perfecta y rival	77
Estructura Administrativa	77
Modelo de Organigrama Estructural.....	77
Modelo de Organigrama Funcional	78
Talento Humano.....	78

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	79
Objetivos del Estudio de Mercado	79
Objetivo General.....	79
Objetivos Específicos.....	79
Matriz de Relación Diagnóstica	81
Identificación del Producto	82
Dulce a base de Fréjol.....	82
Descripción del producto a ofrecer	83
Mercado Meta	84
Población o Universo.....	84
Información Primaria.....	85
Encuesta	85
Entrevista	85
Observación directa	85
Información Secundaria	85
Tabulación y Análisis de la Información	86
Resultado de encuesta dirigida a los moradores del barrio Punyaro de la Ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura	86

Resultados de las entrevistas aplicadas a los productores de dulces similares existentes en la localidad.....	98
Resultados de la Entrevista realizada al señor Sociólogo Mario Conejo.....	103
Análisis y proyección de la demanda.....	104
Proyección de la demanda	105
Análisis de la Competencia.....	107
Productos Similares	107
Principales competidores	107
Proyección de la Oferta.....	107
Balance Oferta Demanda	109
Proyección de Precios	110
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto.....	111
Canales de distribución.....	111
Promoción.....	112
Conclusión del estudio de mercado.	112

ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

Localización del Proyecto.....	114
Macro localización.....	114
Micro localización	116
Medios de Transporte	116
Costos y Disponibilidad de Mano de Obra.....	116
Infraestructura.....	116
Matriz de Factores.....	119
Capacidad Productiva del Proyecto	122
Determinación de la Capacidad del Proyecto	122
Distribución de la Planta	123
Requerimiento de infraestructura Civil.....	123
Terrenos	124
Construcción y Adecuaciones	126
Edificio.....	126

Estructura	126
Pisos	126
Paredes	126
Requerimiento del personal.....	127
Diagrama de Operación	127
Diagrama de Procesos.....	128
Proceso para dar a conocer el producto	129
Propuesta de Comercialización	130
Plaza	130
Producto	130
Precio	130
Promoción.....	130
Inversiones Fijas	131
Construcciones de áreas y espacios y Adecuaciones	131
Muebles y Equipo de Oficina	131
Equipo de Computación.....	132
Muebles y Enseres para el área de producción	132
Resumen de Inversiones Fijas.....	133
Inversiones variables	133
Requerimiento de Personal	133
Suministros, Servicios Básicos y Publicidad	134
Adquisición de Materia Prima	136
Resumen de las Inversiones Variables.....	137
Inversiones Diferidas	138
Resumen de Inversiones Requeridas.....	138

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones	139
Activos Fijos	139
Ingresos	140
Proyección de Ingresos	140

Egresos	141
Costos de Producción.....	142
Materia Prima.....	142
Mano de Obra Directa.....	142
Gastos Generales de Fabricación	143
Resumen de Costos Productivos	143
Gastos Administrativos	145
Sueldos al personal Administrativo	145
Gastos Generales Administrativos	146
Gasto de Ventas	147
Amortización del Préstamo	149
Resumen de gastos proyectos.....	150
Estados Proforma	151
Estado de situación inicial	151
Flujo de Caja con Protección	153
Evaluación Financiera.....	154
Costo de Oportunidad y Tasa de rendimiento medio.....	155
Valor Actual Neto	155
Tasa Interna de Retorno.....	156
Punto de Equilibrio	158
Periodo de Recuperación de Inversión.....	159
Resumen de Evaluación de la Inversión	160

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Nombre o Razón Social	161
Base Filosófica.....	161
Misión	161
Visión	161
Objetivos	162
Políticas	162
Valores Institucionales	162

Estructura Organizacional.....	163
Organigrama Estructural.....	163
Estructura Funcional.....	164
Gerente.....	164
Jefe de producción.....	165
Ayudante de producción.....	166
Cajera.....	167

IMPACTOS

Impacto Social.....	169
Impacto Económico.....	170
Impacto Educativo.....	171
Impacto Ambiental.....	172
Matriz General de Impactos.....	173

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Datos Generales del Cantón Otavalo	30
Cuadro N° 2. Tabla de Impuesto a la Renta 2013.....	42
Cuadro N° 3. Fuentes de Financiamiento	43
Cuadro N° 4. Composición Química del Fréjol.....	49
Cuadro N° 5. Composición de la Leche por cada 100 Gr.....	55
Cuadro N° 6. Aporte Nutricional de la Leche.....	56
Cuadro N° 7. Componentes del Marketing.....	75
Cuadro N° 8. Fórmula del Dulce a base de Fréjol	83
Cuadro N° 9. Frecuencia de Consumo.....	86
Cuadro N° 10. Agrado de Implementación.....	87
Cuadro N° 11. Presentación del Producto.....	88
Cuadro N° 12. Características del dulce	89
Cuadro N° 13. Lugar de Adquisición.....	90
Cuadro N° 14. Precio dispuesto a pagar por el dulce frasco 300gr	91
Cuadro N° 15. Precio dispuesto a pagar por el dulce en Sachet de 100gr	92
Cuadro N° 16. Calificativo del Producto	93
Cuadro N° 17.C Reacción de Microempresa.....	94
Cuadro N° 18. Género.....	95
Cuadro N° 19. Ocupación Laboral.....	96
Cuadro N° 20. Edad	97
Cuadro N° 21. Año de Actividad	98
Cuadro N° 22. Producción de hace Tres Años.....	99
Cuadro N° 23. Producción Mensual Año 2013.....	100
Cuadro N° 24. Precio del Producto al por menor	101
Cuadro N° 25. Precio del Producto al por mayor	101
Cuadro N° 26. Financiamiento.....	102
Cuadro N° 27. Proyección de la Población.....	104
Cuadro N° 28. Demanda de dulce de Fréjol por Familias al Año 2013	105
Cuadro N° 29. Demanda por presentación de dulce de fréjol Año 2013.....	105
Cuadro N° 30. Proyección de la Población Al 2017	106
Cuadro N° 31. Proyección de la Demanda al Año 2012.....	106
Cuadro N° 32. Oferta de dulces en el Cantón Otavalo al Año 2012.....	107
Cuadro N° 33. Oferta Histórica.....	108
Cuadro N° 34. Oferta Proyectada	109
Cuadro N° 35. Balance Oferta – Demanda	109
Cuadro N° 36. Precio de Venta del Producto al por menor	110
Cuadro N° 37. Proyección del precio al por menor del dulce al Año 2012-2017	111
Cuadro N° 38. Matriz Basica	120

Cuadro N° 39. Priorización de Factores y Ponderación.....	121
Cuadro N° 40. Capacidad Productiva	123
Cuadro N° 41. Capacidad Productiva envase de Vidrio 300gr.....	123
Cuadro N° 42. Requerimiento de Terreno	124
Cuadro N° 43. Descripción del Terreno.....	125
Cuadro N° 44. Personal.....	127
Cuadro N° 45. Diagrama del Prestación del Producto.....	127
Cuadro N° 46. Simbología para Flujoograma.....	128
Cuadro N° 47. Adquisición de Materia Prima	129
Cuadro N° 48. Valor de Construcciones y Adecuaciones	131
Cuadro N° 49. Muebles y Equipo de Oficina	131
Cuadro N° 50. Equipo de Computación.....	132
Cuadro N° 51. Muebles y Enseres	132
Cuadro N° 52. Resumen Inversión Fija	133
Cuadro N° 53. Resumen de Remuneraciones al Personal	134
Cuadro N° 54. Suministros	134
Cuadro N° 55. Servicios Básicos	135
Cuadro N° 56. Publicidad	135
Cuadro N° 57. Determinación de Producción.....	135
Cuadro N° 58. Determinación de Precio de Materia Prima Directa	136
Cuadro N° 59. Cantidad de Materia Prima para dulce a base de fréjol	136
Cuadro N° 60. Costo de Materia Prima	137
Cuadro N° 61. Inversiones Variables.....	137
Cuadro N° 62. Inversiones Diferidas	138
Cuadro N° 63. Estructura de la Inversión	138
Cuadro N° 64. Activos Fijos	140
Cuadro N° 65. Proyección de Ingresos	140
Cuadro N° 66. Materia Prima	142
Cuadro N° 67. Proyección de Sueldos y Beneficios de Ley	142
Cuadro N° 68. Depreciación de Activos de Producción.....	143
Cuadro N° 69. Proyección de Gastos Generales de Fabricación	143
Cuadro N° 70. Proyección de Costos Productivos.....	144
Cuadro N° 71. Salario Básico Unificado	145
Cuadro N° 72. Proyección de Gastos Personal Administrativos	145
Cuadro N° 73. Depreciación Anual Administrativo	146
Cuadro N° 74. Gastos Generales Administrativos.....	146
Cuadro N° 75. Proyección de Gastos Administrativos	147
Cuadro N° 76. Proyección del Salario Básico Unificado	148
Cuadro N° 77. Proyección de Personal de Ventas	148
Cuadro N° 78. Publicidad	148
Cuadro N° 79. Depreciación de Activos Fijos de Ventas	149
Cuadro N° 80. Datos del Préstamo	149

Cuadro N° 81. Tabla de Amortización.....	150
Cuadro N° 82. Gastos Financieros.....	150
Cuadro N° 83. Gastos Proyectos.....	150
Cuadro N° 84. Balance de Arranque o Inicial Al Año Cero.....	151
Cuadro N° 85. Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias	152
Cuadro N° 86. Flujo de Caja Proyectado.....	153
Cuadro N° 87. Costo de Oportunidad	155
Cuadro N° 88. Van (Valor Actual Neto).....	156
Cuadro N° 89. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	156
Cuadro N° 90. Punto de Equilibrio	159
Cuadro N° 91. Periodo de Recuperación	159
Cuadro N° 92. Resumen de Evaluacion de la Inversion	160
Cuadro N° 93. Matriz de Impactos	168
Cuadro N° 94. Nivel Impacto Social	169
Cuadro N° 95. Nivel de Impacto Economico	170
Cuadro N° 96. Nivel de Impacto Educativo	171
Cuadro N° 97. Nivel de Impacto Ambiental.....	172
Cuadro N° 98. Nivel de Impacto General.....	173

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Valle del Amanecer	28
Gráfico N° 2. Canales de Financiamiento	444
Gráfico N° 3. Fréjol Negro o Caupi	477
Gráfico N° 4. Fréjol Arbustivo	477
Gráfico N° 5. Fréjol Gandul	488
Gráfico N° 6. Fréjol Chino o Loctao	488
Gráfico N° 7. Cosecha del Fréjol	500
Gráfico N° 8. La Leche	533
Gráfico N° 9. Producto a Ofrecer	83
Gráfico N° 10. Frecuencia de Consumo	866
Gráfico N° 11. Agrado de Consumo	877
Gráfico N° 12. Presentación del Producto	88
Gráfico N° 13. Características del dulce	89
Gráfico N° 14. Lugar de Adquisición	90
Gráfico N° 15. Dispuesto a pagar por el dulce frasco 300gr	91
Gráfico N° 16. Precio Dispuesto a pagar por el dulce en sachet de 100gr	92
Gráfico N° 17. Calificativo del Producto	93
Gráfico N° 18. Creación de Microempresa	94
Gráfico N° 19. Género	95
Gráfico N° 20. Ocupación Laboral	96
Gráfico N° 21. Edad	97
Gráfico N° 22. Año de Actividad	98
Gráfico N° 23. Producción	99
Gráfico N° 24. Producción Mensual Año 2012	100
Gráfico N° 25. Precio del Producto al por Mayor	101
Gráfico N° 26. Financiamiento	102
Gráfico N° 27. Oferta – Demanda	110
Gráfico N° 28. Publicidad para la Prensa	112
Gráfico N° 29. Interrogantes del Estudio Técnico	1144
Gráfico N° 30. Mapa Geográfico de Imbabura	1155
Gráfico N° 31. Mapa de la Parroquia San Luis	1166
Gráfico N° 32. Ubicación de la Microempresa	118118
Gráfico N° 33. Distribución de la Microempresa	1255
Gráfico N° 34. Logotipo Frele	1611
Gráfico N° 35. Organigrama Estructural	1644

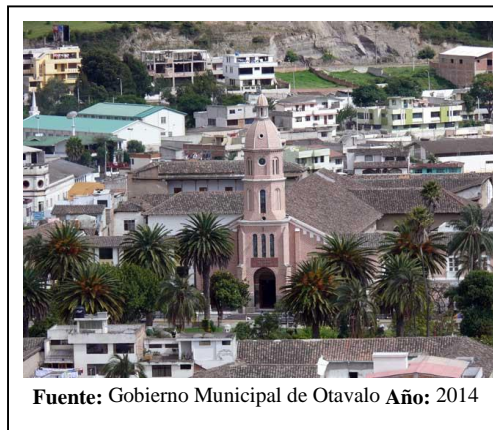
CAPÍTULO I

1 . DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes del diagnóstico

Gráfico N° 1

Valle del Amanecer



Fuente: Gobierno Municipal de Otavalo Año: 2014

En América Latina, la microempresa es la principal fuente de puestos de trabajo. Se estima que en la región existen alrededor de 57 millones de microempresas

El Cantón Otavalo está ubicado en la provincia de Imbabura, Regio Sierra Norte del Ecuador, Al Norte limita con Cotacachi y Antonio Ante. Al Sur con Cayambe y Pedro Moncayo (Tabacundo). Al Este con Ibarra y Cayambe y al Este con Quito y Cotacachi, con una superficie de 528. Km², creado el 31 de Octubre de 1829. Dentro del mismo Cantón se encuentra el Barrio Punyaro alto ubicado al Norte de la ciudad creado el 14 de Mayo de 1947, fundado por el Sr. José Oyagata, Luis Campos, y Tomas Tixicuro.

El cantón Otavalo está integrado por la ciudad del mismo nombre y por once parroquias dos urbanas: El Jordán y San Luís; y nueve rurales: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Miguel Egas Cabezas, Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre.

Este proyecto tiene la finalidad de crear una microempresa en el Barrio Punyaro Alto, con la creación de esta microempresa se desea dar a conocer los beneficios acerca de las

Propiedades que tiene la leche y el fréjol, de esta manera mejorando la calidad de vida de las personas aledañas, la misma que se centra con un objetivo primordial ofreciendo un producto de calidad, y así en un futuro buscar productos derivados del mismo, con este proyecto está encaminado a aprovechar la producción de fréjol a nivel local y provincial, utilizando técnicas de gestión productiva para así lograr eficacia y eficiencia en el proceso de la elaboración del dulce de fréjol

El motivo de la elaboración de este proyecto es la satisfacción y las múltiples ventajas para los productores tanto del fréjol como de la leche, hablando en términos competitivos, de esta manera aprovechar al máximo los productos permitiendo así la pérdida y desperdicio del producto, optimizando los recursos a la vez que se está ofertando un producto de calidad certificada en el aspecto nutritivo como un producto elaborado con Materia Prima seleccionada.

Con esto se espera alcanzar el liderazgo del producto primero en la ciudad de Otavalo mediante la creación de la microempresa, para posteriormente abarcar las demás ciudades; con el crecimiento medido y la experiencia adquirida en los años posteriores estar ingresando al mercado internacional.

El dulce de fréjol en el Ecuador no es un producto explotado en el mercado, la mayoría de los dulces que existen son hechos a base de otras frutas como la piña, higos, mora, durazno entre otros. Como sabemos el dulce de fréjol es una buena opción frente a la creciente demanda por alimentos saludables y artesanales.

Según afirmaciones y datos del diario el comercio pronuncia que el 60% del consumo total de los hogares del Ecuador adquieren productos elaborados con materia prima natural y de buena calidad, los mismos que cumplan con exigencias de las personas y de un mercado potencial.

El proyecto es factible realizarlo por cuanto la economía de la población aumentaría notablemente, se promoverá el desarrollo socio económico y se estimulará la actividad agrícola en el país ya que no existe competencia.

Se crearán fuentes de trabajo permanentes, en donde el talento humano será de gran importancia para el desarrollo y cultivo de la planta demostrando responsabilidad y carisma en la actividad a la cual se dedicaría.

Dentro del rubro material se investigará la maquinaria, los fungicidas y químicos que se utilizarán en la producción del fréjol considerando los parámetros necesarios para una buena producción y no se utilizará productos nocivos que causen daño al medio ambiente.

Bajo el parámetro legal se basará en artículos y leyes que sean necesarios para la producción del fréjol en el barrio Punyaro del Cantón Otavalo, tomando en cuenta los aspectos de calidad en su cultivo, cosecha y post – cosecha.

Al implementar el proyecto la población sería beneficiada directamente por cuanto se dedicarían a la agricultura y no solamente a la artesanía, esto tratara de aumentar su nivel económico y por ende mejoraría su nivel de vida.

Las microempresas, constituyen una fuente de comercio, centrados en brindar diversos artículos alimenticios en este caso el dulce.

Cuadro N° 1

Datos Generales del Cantón Otavalo

1.2 Datos Generales del Cantón Otavalo

PROVINCIA:	Imbabura
CANTON:	Otavalo
REGION:	Sierra Norte
CABECERA CANTONAL:	San Luis de Otavalo
NOMBRE DEL ALCALDE	Soc. Mario Conejo
SUPERFICIE (Km2)	Urbana: 82,10; Rural: 424,37; Total Cantón 507,47

PERIMETRO URBANO:	800 Hectáreas
POBLACION URBANA	44.536
POBLACION RURAL	65.925
POBLACION TOTAL:	110.461
PAGINA WEB:	www.otavalo.gob.ec
Email:	municipio@otavalo.gob.ec
TELEFONOS:	06-920460 / 06-920418 / 06-920302
FAX:	06-920381
TELEFAX:	06-920381
FECHA DE CREACION:	31 de Octubre de 1829

FUENTE: INEC, Censo año 2010

ELABORACION: La Autora

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 INEC y el Gobierno Municipal de Otavalo (GMO) la ciudad de Otavalo cuenta con una situación Geográfica bien definida dándonos a conocer los antecedentes históricos de cómo está ubicada la misma, también los aspectos geográficos más importantes como son la ubicación, límites, Superficie, hidrología, climatología, relieve, accidentes geográficos, montañas, nevados, glaciares, volcanes, mapas y diagramas, coordenadas satelitales, huso horario, latitud, longitud, etc. Con servicios básicos como son la Policía, Bomberos, Salud, Electricidad, Telefonía, Control de Carreteras, Código Postal, Prefijo Telefónico, Periódicos, Radios, Revistas, Canales de TV, etc. del cantón Otavalo según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, División Política Administrativa.

Según el Gobierno Municipal de Otavalo las diferentes parroquias de la misma cuenta con actividades económicas como son Artesanales, agrícolas, ganaderas, comerciales, comercialización de productos lácteos.

1.3 Objetivos del Diagnóstico

Con el propósito de direccionar la investigación diagnóstica desarrollar, se han establecido objetivos que serán alcanzados en la investigaciones de campo, en función de lo que realmente interesa investigar en el medio.

1.4 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar oponentes, aliados, riesgos, oportunidades que existe para la creación de una microempresa de dulce a base de leche en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura.

1.5 Objetivos Específicos

- 1.-Establecer los antecedentes históricos del cantón Otavalo.
- 2.-Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- 3.-Analizar los aspectos socio demográfico del área de influencia del proyecto a implantarse.
- 4.-Conocer la situación socio-económica que poseen los habitantes del sector para adquirir el producto derivado del fréjol.
- 5.-Realizar un análisis de los servicios básicos que tendría la nueva microempresa.

1.6 Variables

Se ha identificado las siguientes variables que serán motivo de este estudio

- a) Antecedentes Históricos.
- b) Caracterización demográfica
- c) Aspectos geográficos
- d) Situación socio-económica
- e) Servicios básicos

1.7 Indicadores

Para las variables antes enunciadas se procederá a detallar sus correspondientes indicadores más destacados para su análisis:

- a) **Antecedentes Históricos**
 - Datos

- Personajes
- Fechas

b) Caracterización demográfica

- Estadísticas
- Grupos de edad
- Género
- Población

c) Aspectos geográficos

- Ubicación
- Clima
- Superficie

d) Situación socio-económica

- Agricultura
- Producción
- Comercio
- Empleo
- Desempleo

e) Servicios básicos

- Agua
- Electricidad
- Teléfono
- Internet

1.8 Matriz de Relación Diagnóstico

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TECNICAS DE RECOLECCIÓN/INFORMACIÓN
Establecer los antecedentes históricos el cantón Otavalo.	Antecedentes Históricos.	<ul style="list-style-type: none"> • Datos • Personajes • Fechas 	*Datos estadísticos *Comerciantes *Municipio de Otavalo	*Entrevista *Encuestas *Observación Directa
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Caracterización demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas • Grupos de edad • Genero • Población 	*Consumidores	*Encuesta *Entrevista
Analizar los aspectos socio demográfico del área de influencia del proyecto a implantarse.	Aspectos socio demográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Clima • Superficie 	*Clientes *Entorno	*Encuestas *Observación directa
Conocer la situación socio-económica que poseen los habitantes del sector para adquirir el producto derivado del fréjol	Situación socio-económica	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura • Producción • Comercio • Empleo • Desempleo 	*Clientes *Habitantes *Población	*Bibliográfica
Realizar un análisis de los servicios básico que tendría la nueva microempresa	Servicios Básicos	<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Luz • Teléfono • Internet 	*Primaria *Consumidores	*Observación Directa

FUENTE: Formulación de objetivos, variables e indicadores.

ELABORACION: La Autora

1.9 Análisis Diagnóstico Externo

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado varias características del entorno en donde se aplicará el Proyecto; a continuación se expone la información recogida sobre las cuatro variables: Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riegos, que constituyen el área de influencia que tendrá el nuevo Proyecto.

1.10 Determinación de Aliados Oponentes, Oportunidades y Riegos

1.11 Aliados

- La población económicamente activa estaría dispuesta a consumir el nuevo producto debido a que es nuevo en el mercado local, y como aliados principales del futuro proyecto los constituye la población la misma que acepta la implementación de la microempresa, misma que se determinara mediante las encuestas realizadas.
- Al brindar dicho producto las personas se sentirán con una gran satisfacción de haber adquirido productos de calidad.
- Se contara con mano de obra calificada de pobladores de los barrios aledaños, lo que permitirá la disminución de mano ociosa, y la generación de empleo para los interesados en realizar este tipo de actividades.
- Servicios básicos disponibles en el cantón Otavalo
- Espacio físico disponible.

1.12 Oponentes

- La carencia del personal adecuado y calificado dentro de la nueva Microempresa.
- En el Barrio Punyaro alto, existe la falta de capacitación por parte de las autoridades, hacia trabajadores, mismo que impide la buena organización corporativa.
- Existe egoísmo por parte de la presidenta del barrio, ya que en el barrio existe diversificación de clases económicas y esto no permite establecer lazos de amistad y mucho peor de negocio.
- Precios variables y altos en la materia prima.

1.13 Oportunidades

- Al implementar la microempresa, se constituye en una innovación de productos en la ciudad.
- La apertura que da el Gobierno para la generación de nuevos proyectos, beneficiaría la creación del mismo.
- Con la implementación de la microempresa, generará fuentes de empleo e ingresos que mejorarían la situación económica de las personas involucradas.
- Los créditos que ofrecen las mutualistas, bancos y cooperativas serán de gran ayuda para la consecución de recursos que permitirán la implementación de la nueva microempresa para comenzar una actividad.
- Existe todavía una cultura consumista a pesar de la crisis económica que se mantiene el país.
- Con la ayuda del estudio de factibilidad, se pondrá en marcha la nueva Microempresa.

1.14 Riesgos

- Desempeño deficiente del personal contratado.
- Pérdidas económicas al inicio de actividades.
- La inestabilidad económica y política que atraviesa el país, pone en riesgo la inversión que se realice en la creación de la misma.
- Organización administrativa y financiera inicial.

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional, se concluye que en formulación de un proyecto económico productivo, por las siguientes razones:

- La apertura que ofrece el Gobierno para acceder a créditos a bajo interés, para la creación de nuevas Microempresas.
- Se minimizarían costos al brindar el producto.
- Ubicación estratégica, debido a que cuenta con todos los servicios básicos y está situado en una buena zona apta para su funcionamiento.

Al analizar todo esto y después de haber realizado el diagnóstico situacional y diagnóstico externo, se concluye que el Cantón Otavalo es un potencial fuerte y, existen las condiciones suficientes para la creación de una Microempresa dedicada a la elaboración de este tipo de productos.

Por lo anteriormente expuesto, se posibilita la implementación del Proyecto con el siguiente tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE A BASE DE FRÉJOL CON LECHE EN EL BARRIO PUNYARO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESA

2.1.1 Definición de Microempresa

“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”. (MONTERO, 2005, p. 85)

Se entiende como microempresa a la organización de personas emprendedoras, que generalmente se forman por decisión familiar, con el objetivo de obtener una rentabilidad económica, sin que exista la necesidad de invertir un gran capital para lograrlo.

“Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras que tienen objetivos económicos, éticos y sociales.” (Alberto., 2005, pág. 45)

De las definiciones establecidas se considera como microempresa aquella constituida generalmente por familiares emprendedores que toman la decisión de abrir un negocio con la finalidad de obtener rentabilidad económica; las microempresas no predominan en la industria y su principal problema es no poseer capital suficiente para invertir.

2.1.2 Objetivos de la microempresa

*Crear empresas sustentables con mínimo costo financiero.

*Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.

*Promover la cultura emprendedora.

*Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica.

*Marco legal sobre el cual se brindara el soporte y financiamiento a la microempresa.

*Tener una buena acogida de clientes.

2.1.3 Importancia de la Microempresa

“Una microempresa cumple un importante papel, son la clave para un mejor desenvolvimiento económico, sin embargo se necesita la acción decidida y brindar apoyo efectivo para la organización de la empresa”. (VARELA V, 2008)

La importancia de la microempresa en Ecuador, así como en América Latina y el mundo, Es que cumplen una función de activación y dinamizan a la economía mediante la comercialización de bienes y prestación de servicios incrementando la competencia a nivel local y con el tiempo.

Generan empleo por cuenta propia y las pequeñas empresas contribuyen con más de 80% de los puestos de trabajo existentes, el costo de crear una unidad de empleo en una pequeña empresa es significativamente inferior al generarlo en una empresa de tamaño mayor.

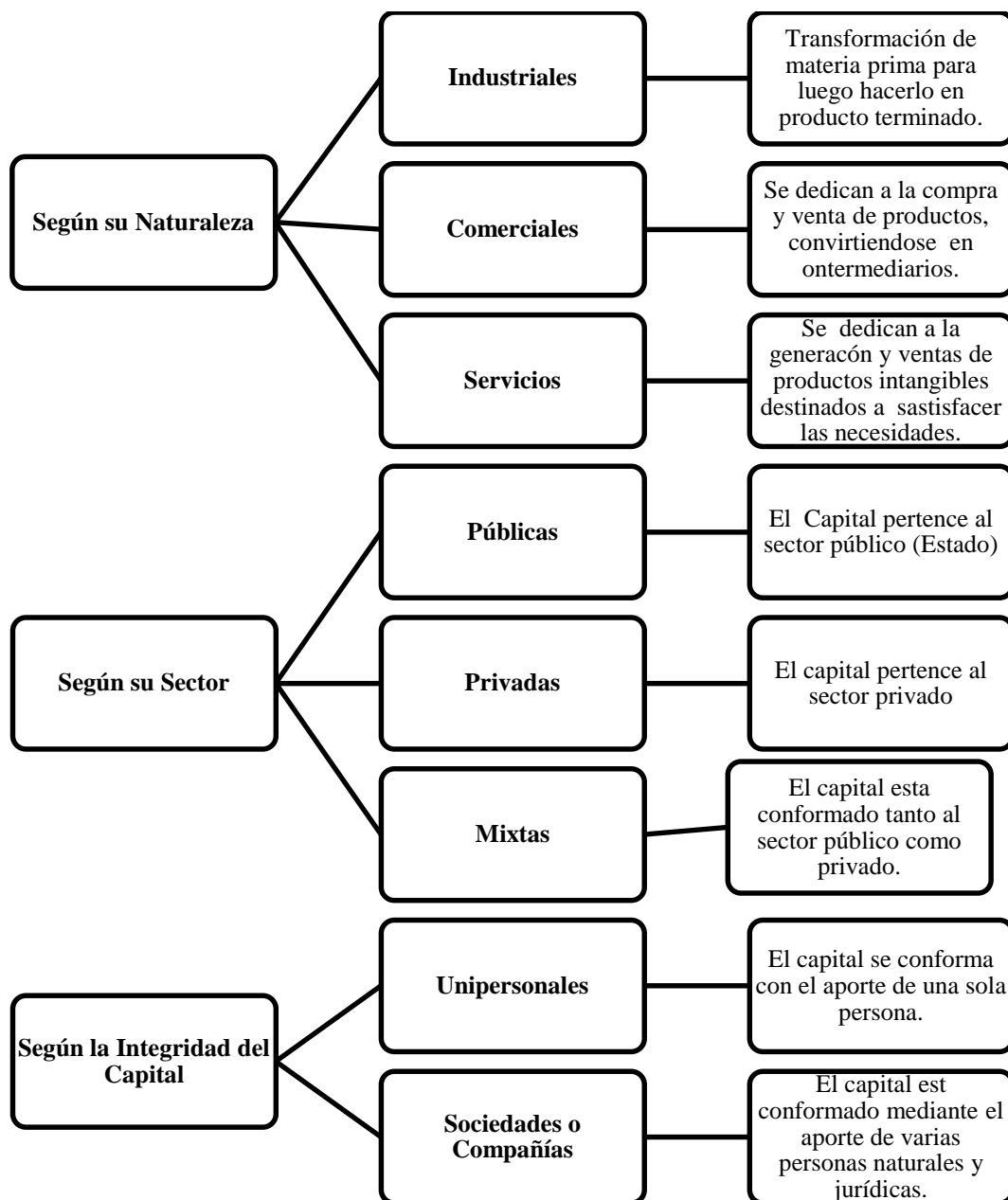
2.1.4 Características de Microempresa

(GARCIA RAMOS, 2012)”La Microempresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- a) Administración independiente (dirigida y operada por el propio dueño).
- b) El número total de trabajadores y empleados no excede de diez personas.
- c) Escasa especialización en el trabajo: tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos.
- d) Limitados recursos financieros (el capital es suministrado por el dueño).

e) Organización contable elemental.

2.1.5 Clasificación de la Microempresa



Fuente: (BRAVO, Contabilidad General, 2011)

Elaboración: La Autora

2.1.6 Ventajas y Desventajas de la Microempresa

2.1.6.1 Ventajas.

(BARRAGAN, 2005)

- La mayoría de microempresas del sector informal lo definen como un conjunto de todas las pequeñas unidades productivas que operan con escaso capital.
- Los ciclos de producción están asociados a las necesidades del productor y su familia.
- Crea fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de la población.
- Motiva a los empleados a formar parte de la microempresa.
- Generación de empleos: Se le atribuye a las pequeñas empresas el mayor porcentaje de generación de empleos de un país. Es por esto que son consideradas como una importante red de seguridad de la sociedad.

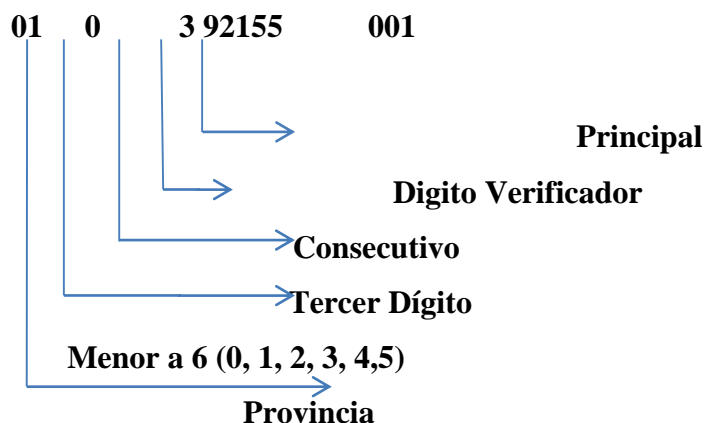
2.1.6.2 Desventajas.

- Utilizan tecnología ya superada
- Pagan compensaciones en efectivo y prestaciones laborales relativamente bajas.
- El 25% de estos empleos generados son de medio tiempo.
- Sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo, por tener un bajo nivel de educación.
- Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.
- Tienen menores oportunidades de operar de manera estable en el mercado que otros tipos de empresas

2.2 Tratamiento tributario

2.2.1 RUC

Como Persona Natural que realiza una actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC, emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI, por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a la actividad económica.



2.2.2 Impuesto a la Renta

Se entiende por Impuesto a la Renta al impuesto que grava a los ingresos anuales que posee el contribuyente. Y para la aplicación del impuesto se considera si es para personas naturales la tabla de Impuesto a la Renta que es establecida cada año por el Servicio de Rentas Internas y si es para personas jurídicas se aplica el porcentaje de impuesto a la renta vigente.

✚ Tabla de Impuesto a la Renta personas naturales

Cuadro N° 2

Tabla de Impuesto a la renta 2013

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

FUENTE: SRI

✚ Tarifa impositiva para año 2013 es el 22%

2.3 Finanzas de la Microempresa.

2.3.1 Definición de Finanzas

“Las finanzas es el aspecto monetario de la empresa su tarea es mantener la liquidez y lo lucrativo de una empresa debe generar un financiamiento adecuado

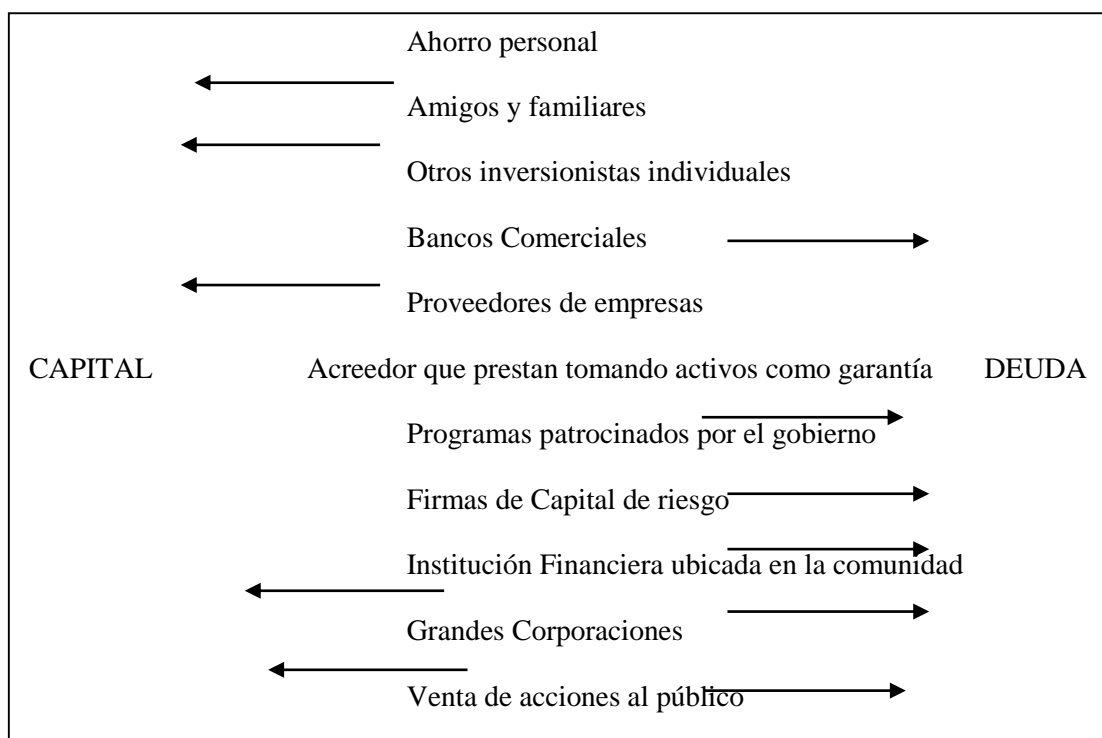
para cubrir las obligaciones y obtener utilidades.”(LONGENECKER Justin, 2010)

Las finanzas son las actividades relacionadas con los flujos de capital y dinero entre individuos, empresas, o Estados.

2.3.2 Fuentes de Financiamiento de la Microempresa

Cuando se trata de financiamiento inicial de una empresa, por lo común depende de sus ahorros personales y luego trata de buscar financiamiento entre los miembros de la familia y los amigos si estos recursos son inadecuados, entonces el emprendedor recurre a canales de financiamiento más formales como bancos e inversionistas externo.(LONGENECKER Justin, 2010)

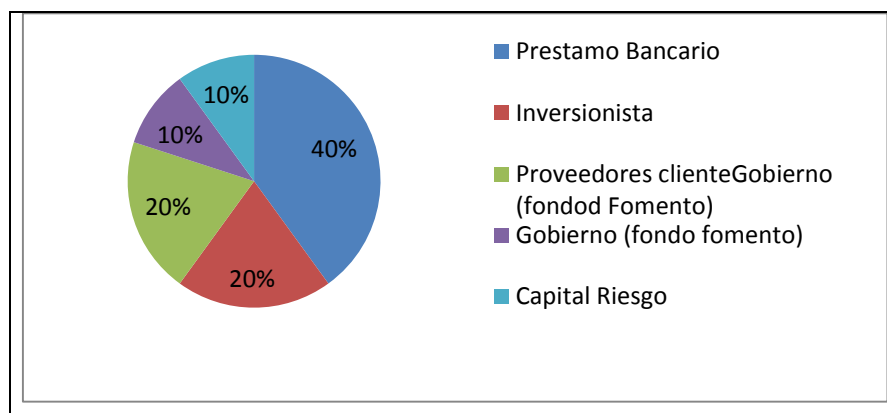
Cuadro N° 3
Fuentes de Financiamiento



FUENTE: Administración para empresas comportamiento del consumidor

ELABORACION: La Autora

Gráfico N° 2
Canales de Financiamiento



FUENTE: Administración para Empresas 14° edición (2010)

ELABORACION: La Autora

2.3.3 Formalización de la Microempresa

Una vez obtenido el reconocimiento legal, las empresas deben obtener una serie de permisos o registros administrativos, que se pueden agrupar en dos grandes grupos:

2.3.4 Registros y Licencias

(KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz 2009) “Los registros y licencias son otorgados a través de sus Ministerios y Organismos Des-concentrados. La finalidad de éstos es cautelar y supervisar la actividad empresarial para evitar perjuicios a la colectividad, así como controlar y fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales”.

Los registros a los que debe acudir toda empresa que inicia operaciones son:

a) Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El trámite se realiza ante el Servicio de Rentas Internas.

b) Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Obtención de la cédula patronal para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro médico y pensión.

c) Ministerio de Trabajo

Inscripción de trabajadores en la Insectoría de Trabajo.

Las licencias del gobierno central más importantes son:

d) Permiso Sanitario

Licencia otorgada por la Dirección General de Salud del Ministerio de Salud Pública. Los requisitos generales son sencillos de cumplir. Existen requisitos adicionales que varían de acuerdo al tipo de actividad.

e) Licencia Ambiental

Es la autorización que otorga el Ministerio del Ambiente, para la ejecución de una actividad que pueda afectar el medio ambiente.

2.3.5 Licencias Municipales

IMI (2009) expresa: “Tienen por finalidad velar por el crecimiento ordenado y seguro de la actividad empresarial dentro de su competencia territorial, aunque en algunos casos se trata simplemente de un impuesto”.

En la Municipalidad las licencias más importantes son:

a. Permiso sanitario de funcionamiento

El trámite demora 15 días hábiles. Sólo se puede obtener el permiso hasta el 30 de junio de cada año; pasada esa fecha debe pagarse mora. La solicitud de inspección sanitaria tiene un costo de US\$ 4,7. Investigar si el valor está vigente El usuario debe cumplir con 91 medidas sanitarias que son revisadas por un inspector, de lo contrario éste otorga 30 días para que se corrijan las observaciones.

b. Patente municipal

Es un valor que se está obligado a pagar anualmente en el municipio al que pertenezca el lugar donde se encuentra ubicada la empresa.

Producción

“Fabricar o Producir es consumir o transformar insumos para la producción de bienes o servicios” (ORTEGA, 2010)

La fabricación es un proceso de transformación que demanda un conjunto de bienes y prestaciones, denominados elementos, y son las partes con las que se elabora un producto.

2.4 Fréjol

2.4.1 Concepto de Fréjol

“Los frejoles son semillas comestibles, una especie de la familia de las leguminosas que son plantas caracterizadas por producir frutos en forma de vainas dentro de las cuales se encuentran las semillas. Tienen la propiedad de tomar el nitrógeno de la atmosfera y a través de bacterias en sus raíces, incorporarlos al suelo”.(HANS Diehl, 2005)

El fréjol posee un alto contenido en proteínas y en fibra, siendo así mismo una fuente excelente de minerales. Como se menciona antes, el fréjol se presenta en forma de vainas las cuales se encuentran de distintos colores dependiendo del tipo de fréjol que se está produciendo. En Ecuador en las diferentes zonas de producción se han encontrado distintas coloraciones en las vainas siendo las más comunes.

2.4.2 Beneficios del fréjol

“Este producto tiene muchas proteínas, tiene calcio, vitamina B y omega 3; por sus beneficios es considerado una de las cinco plantas sagradas.

El fréjol tiene muchos beneficios para la salud, entre ellos previene las enfermedades que atacan el corazón, por eso tienes que comenzar a considerar la posibilidad de introducir a tu dieta los frejoles para mejorar la salud; pero lo ideal es que lo complementes con verduras y frutas frescas de esta forma tendrás una óptima salud”(LOPEZ, 2006)

Los mismos poseen muchas más proteínas que la carne roja, el pollo el queso y la leche; pero resulta especialmente ideal para el consumo porque también nos aporta hierro, fósforo, calcio entre otros minerales.

Tipos de Fréjol

(Agroviedades, 2011) Afirma: Entre las variedades de fréjol se pueden citar las siguientes:

*Fréjol Negro o Caupi

*Arbustivo

*Gandul

*Chino o Loctao

2.4.2.1 Fréjol Negro o Caupi

Es pequeño y de color negro, se adapta en un clima entre los 20°C y 35°C por lo general se siembra en suelos francos como arenosos, arcillosos o limosos que son profundos y fértiles. El fréjol negro está dirigido a las exportaciones hacia Italia y Francia y el blanco panamito a la industria, para elaborar leche de fréjol.

Gráfico N° 3

Fréjol Negro o caupi



2.4.2.2 Fréjol Arbustivo

Se caracteriza por presentar coloración rojiza y de gran tamaño, se produce en gran cantidad en la región norte del Ecuador. Se adapta bien en un clima entre 18°C y 28°C por lo general se siembran en suelos francos, profundos, fértiles, de buen drenaje y sin problemas de sanidad, es sensible tanto a la sequía como al exceso de humedad

Gráfico N° 4

Fréjol Arbustivo



2.4.2.3 Fréjol Gandul

Se caracteriza por presentar un crecimiento exuberante de la planta cuando se expone a altas temperaturas y humedad ambiental. Las temperaturas frías menores de 17°C retardan el crecimiento y desarrollo de la planta afectando la producción. Por lo general se siembra en suelos de todo tipo, preferentemente francos, profundos, fértiles y de buen drenaje.

Gráfico N° 5

Fréjol Gandul



2.4.2.4 Fréjol Chino o Loctao

Se caracteriza por su apariencia blanca y de tamaño mediano esta clase de leguminosa se adapta bien en un clima entre los 20°C y 30°C por lo general se siembra en suelos francos sin problemas de salinidad.

Gráfico N° 6

Fréjol chino o loctao



2.4.3 Composición Química del Fréjol

La composición proteínica de una semilla de fréjol es la siguiente.

Cuadro N° 4
Composición química del Fréjol

Nutrientes	P.Vulgaris ICTA Ligero	Caupi Negro	Porcentajes
Humedad	9.68	11.68	10,0 -12,0
Proteína	18.71	24.43	21,0 -23,0
Grasa	2.97	2.21	1,5 -2,0
Cenizas	4.75	4.20	3,0 -3,5
Fibra	3.15	5.79	4,0 -5,0
Carbohidratos	60.75	51.69	58,0- 60,0

Fuente: CEPAL, <http://www.rlc.fao.org/bases/alimento/print.asp?d=438>

2.4.4 Cosecha del Fréjol

“Si las plantas permanecen demasiado tiempo en el campo ocurren pérdidas por dehiscencia de las vainas, ataque de hongos y/o insectos, lo que disminuye su calidad”.(SUBIA CE PERALTA, 2007)

a. Período de Cosecha

Para obtener una semilla de alta calidad, esta se debe cosechar cuando las vainas de la parte inferior de la planta están secas pero sin manchas de hongos y las de la parte superior estén maduras comúnmente llamadas sin (gorgojo). La humedad de la vaina es superior a la de la semilla al comienzo del día y disminuye al final del mismo.

La cosecha se inicia con el arranque de las plantas para acelerar el secado. Las plantas se dejan secar en el campo, si las condiciones ambientales son las apropiadas con una época seca, si hay lluvia las plantas deben ser llevadas a un cuarto seco.

Gráfico N° 7
Cosecha del Fréjol



b. El desgrane

Esta práctica es conveniente realizarlo a manera de que se le cause a la semilla el menor daño posible. Una de las formas más recomendables es agrupar las plantas sobre lonas y golpearlas con palos.

2.4.5 Industrialización del Fréjol

Es el proceso productivo o transformación que se le da al fréjol para que este sea consumido por los clientes, es un alimento muy nutritivo preferido por grandes y pequeños, entre estos tenemos.

- ❖ Fréjol en pasta
- ❖ Fréjol con sal
- ❖ Fréjol con panela
- ❖ Dulce de fréjol
- ❖ Fréjol enlatados entre otros

2.4.5.1 Proceso de Producción

2.4.5.1.1 Limpieza de Fréjol

Antes de proceder a elaborar el dulce a base de fréjol los productores realizan la limpieza del fréjol, proceden a cernirlo para que caiga tierra luego, escogen el frejol, piedritas y cáscaras que son propias del frejol.

2.4.5.1.2 Cocción del Fréjol



Luego de haber realizado la debida limpieza del fréjol se realiza la cocción del fréjol conjuntamente con ceniza común, en caso de no contar con ceniza se lo cocina con sementina con una suficiente cantidad de agua.

2.4.5.1.3 Pelado del Fréjol



Una vez cocinado el frejol se procede a realizar el pelado del frejol realizando masajes hasta sacarle la cascara que le cubre al fréjol.

2.4.5.1.4 Licuado y Cocinado



Después de haberlo dejado completamente limpio se procede a licuarlo y a cocinarlo con la leche y los demás materia prima, una vez. Cocinado se procede a colocarlo en bandejas hasta ser empacado.

2.4.5.1.5 Empaque del dulce a base de fréjol

El empaque es muy importante ya que es la imagen o presentación del producto en el mercado, es por esto que las microempresas que se dedican a la producción de dulces similares lo presentan en dos modelos en frascos ya sea de vidrio o de plásticos o en muchos casos en sachet para que así recién llegue al consumidor.

2.4.5.1.6 Equipos

Para la realización del dulce a base de fréjol con leche se utilizan los siguientes implementos:

- ❖ Ollas grandes
- ❖ Paletas de madera
- ❖ Tasonas plásticas como medida
- ❖ Vasos plásticos para medida
- ❖ Cocina Industrial
- ❖ Guantes
- ❖ Mesas
- ❖ Perchas
- ❖ Cilindros de gas industrial
- ❖ Licuadora

2.4.5.1.7 Insumos

Para elaborar el dulce a base de fréjol con leche se necesitan las siguientes materias primas:

-  Fréjol
-  Panela
-  Leche
-  Ceniza
-  Frascos
-  Cartones

2.5 Leche

2.5.1 Qué es la Leche

”La leche es la secreción de la glándula mamaria de los animales mamíferos, sirviendo para la alimentación de los recién nacidos, que en las primeras semanas son incapaces de nutrirse por sí solos a expensas del medio que los rodea. Como alimento, sin embargo, solamente se considera aquella leche que se destina a consumo humano”. (VILLEGAS DE GANTE, 2009)

La leche utilizada como alimento es esencial que llegue al consumidor exenta de sustancias nocivas para la salud, sin adulterar, inalterada y correctamente denominada.

La Leche por sus excelentes características nutricionales, por sus proteínas de alto valor biológico, diversas vitaminas y minerales imprescindibles para la nutrición humana y fuente de calcio dietario, es el alimento más completo para el ser humano.

Gráfico N° 8

La Leche



2.5.2 Beneficios de la Leche

(BERNA, 2010)Agrega:

- *La leche nos brinda una fuente completa de nutrientes esenciales como proteínas, calcio, vitaminas A, B2, B12, D y minerales, como zinc y fósforo.
- *El calcio que nos brinda la leche ayuda a formar y fortalecer los huesos, lo que reduce el riesgo de padecer osteoporosis en nuestra vida adulta.
- * El consumo de leche sobre una base regular también puede ayudar a reducir el riesgo de cálculos renales.
- * La leche también fortalece el esmalte de los dientes gracias a una función remineralizante.
- * La leche es uno de los grandes alimentos saludables para el cerebro, reduciendo el riesgo de accidentes cerebro vascular.
- * También sirve para despejar la boca de sustancias sacarosas cuando alguien se encuentra en estado de ebriedad, así mismo puede ser de gran ayuda a la hora de luchar contra la caries dental.
- * La leche también produce una sustancia que reduce la producción hepática de colesterol.

2.5.3 Importancia de la Leche

INTERNET, WHIKIPEDIA Agosto 2010 dice que: La Leche es de gran importancia ya que es el alimento más completo para el ser humano, por sus

incomparables características nutricionales. Contiene proteínas de alto valor biológico, diversas vitaminas y minerales imprescindibles para la nutrición humana, y es la fuente por excelencia de calcio”, señaló la nutricionista María Elena Flores, miembro técnico de la Dirección de Promoción de la Salud del Minsa.

Flores indicó que la leche es un alimento insustituible en la alimentación de las personas, sobre todo para los niños, porque el calcio interviene en la formación de los huesos y dientes, en la contracción de músculos y en la transmisión del impulso nervioso.

La leche es imprescindible para el adecuado crecimiento y desarrollo de todos los menores”

2.5.4 Propiedades de la leche

”La leche se compone principalmente de agua en un 80%, proteínas, lactosa, enzimas, grasas, vitaminas, minerales y sales minerales. Por su alto contenido de agua, la leche es un alimento propenso a alteraciones y desarrollo microbiano, por eso siempre debe conservarse refrigerada y se debe respetar su fecha de vencimiento”.(VILLEGAS DE GANTE, 2009)

Las proteínas son: caseína, globulina y albúmina.

La lactosa que es un azúcar compuesto de glucosa y galactosa. Las enzimas son: fosfatasa, catalasa, xantinoxidasa, reductasa, peroxidasa y lipasa.

Las grasas son muy variables dependiendo el tipo de leche que se consuma como veremos más adelante. Entre las vitaminas que encontramos en la leche están: vitamina A, vitamina D, vitamina B1 y vitamina B2.

Los minerales son: calcio, sodio, potasio, magnesio y hierro. Las sales minerales son: nitratos, sulfatos, carbonatos y fosfatos.

En la composición de la leche influye la raza, la edad, la alimentación, el método de ordeña y el estado de salud de la vaca.

Cuadro N° 5
Composición de la leche por cada 100 Gr

	Leche de vaca
Hidrato de carbono	4,60
Proteínas	3,10
Caseína	2,80
Albumina	0,70
Lactosa	4,90
Grasas	3
Cenizas	0,75
Residuos Secos	11,7
Vitaminas C,B1,B3,B5,B6,B12,B9,B7, E, D, K	15.09mg
Agua	87,0

Fuente: http://babcock.wisc.edu/sites/default/files/de/es/de_19.es.pdf

Cuadro N° 6
Aporte Nutricional de la Leche

<u>Calorías</u>	59 a 65 k cal	<u>Agua</u>	87% al 89%
<u>Carbohidratos</u>	4.8 a 5 gr.		
<u>Proteínas</u>	3 a 3.1 gr.		
<u>Grasas</u>	3 a 3.1 gr		
<u>Minerales</u>			
<u>Sodio</u>	30 mg.	<u>Fósforo</u>	90 mg.
<u>Potasio</u>	142 mg.	<u>Cloro</u>	105 mg.
<u>Calcio</u>	125 mg.	<u>Magnesio</u>	8 mg.
<u>Hierro</u>	0.2 mg.	<u>Azufre</u>	30 mg.
<u>Cobre</u>	0.03 mg.		

Fuente: http://www.agrobit.com/Info_tecnica/Ganaderia/prod_lechera

2.6 Contabilidad

2.6.1 Definición

“Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, la clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o término contable”.(BRAVO, Contabilidad General, 2011, p. 1)

La contabilidad es el sistema que mide las actividades del negocio, procesa esa información convirtiéndole en informe y comunica estos hallazgos a los encargados de tomar las decisiones, es el arte de recoger, resumir, analizar interpretar datos financieros para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con el informe de la empresa.

“En sentido general, la contabilidad puede definirse como un sistema que proporciona datos a los interesados sobre las actividades y situación económica de una empresa.” (WARRE, 2009)

La contabilidad no es más que la interpretación numérica de las actividades diarias realizadas en un negocio sin importar cuál sea el tamaño de la misma, permitiendo conocer la situación financiera en cualquier momento y tomar decisiones oportunas para la obtención del máximo rendimiento económico.

2.6.2 Importancia

“El objetivo final de la contabilidad es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación realizada durante un cierto período (día, semana, mes).

La importancia de la contabilidad no estriba en proporcionar a la empresa la respuesta para tomar una decisión sino que aportar las herramientas necesarias para determinar su posición económica y los datos suficientes y los datos suficientes para tomar dicha decisión”. (ANZOLA ROJAS, 2010, p. 258)

Toda empresa por pequeña que esta sea, desde una tienda de barrio hasta una gran contabilidad la misma que proporciona información financiera y da bases para controlar los recursos de la organización. se ajusta a las necesidades de la empresa y con sus resultados el ejecutivo toma las decisiones oportunas y enmarcadas.

2.6.3 Objetivos

“En su texto Introducción a la Contabilidad: Los objetivos principales de la contabilidad son presentar información financiera a quienes toman decisiones, y controlar los recursos de la empresa” (ROMERO, 2006)

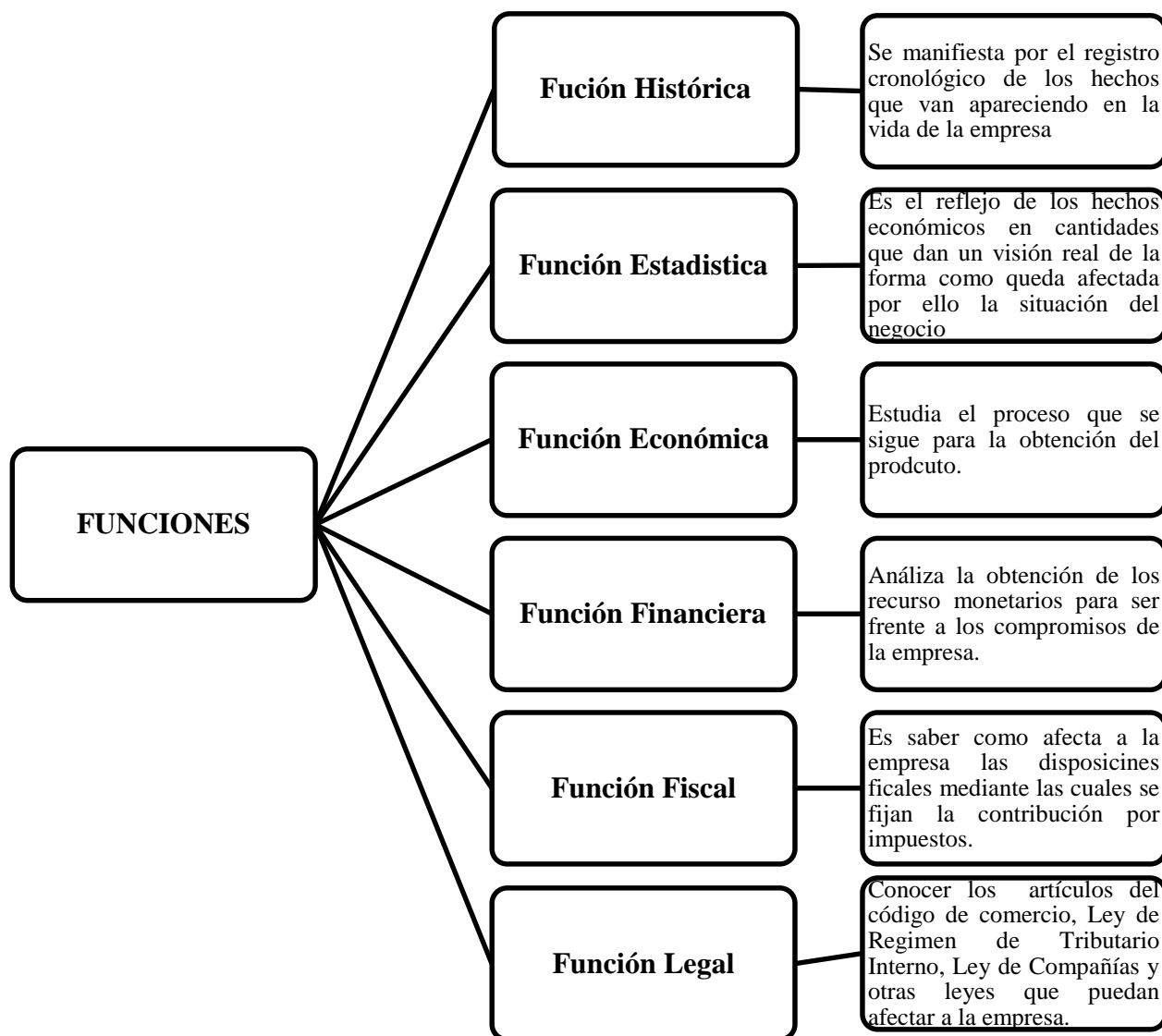
POLIMENI Ralph; FABOZZI Frank”; ADELBERG Arthur agrega:

*Su principal Objetivo de la contabilidad, es dar a conocer el estado financiero de una empresa en un tiempo contable, que este puede ser corto o largo plazo, la información brindada por la contabilidad le ayudaran a los inversionistas para la toma de decisiones.

1. Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.

2. Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
3. Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
4. Proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara de la situación financiera del negocio.
5. Prever con anticipación las probabilidades futuras del negocio.
6. Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.




2.6.4 Funciones de la Contabilidad



FUENTE: (BRAVO, Contabilidad General, 2011)

ELABORACIÓN: La Autora

2.6.5 Estados Financieros a presentar

-  Estado de Situación Inicial
-  Estado de Resultados
-  Estado de flujo de efectivo











2.6.5.1 Objetivo de los Estados Financieros

“El objetivo de los Estados Financieros de una pequeña empresa es proporcionar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad que sea útil para la toma de decisiones económicas de una amplia gama de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información”.(BRAVO, Contabilidad General, 2011, pág. 3)

A través de la información presentada se demuestra el rendimiento o los resultados de la administración de la gerencia, su responsabilidad ante la gestión de los recursos que se le confían.

2.6.5.2 Características cualitativas de la información en los Estados Financieros

Entre las características tenemos:

-  Relevancia
-  Materialidad
-  Comprensibilidad
-  Oportunidad
-  Fiabilidad
-  Integridad
-  Prudencia
-  Esencia sobre la forma
-  Devengo
-  Negocio en marcha

2.7 Contabilidad de costos

2.7.1 Definición

“La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales”.(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 5)

La contabilidad de costos constituye una parte fundamental de la contabilidad general, su objetivo principal es identificar los elementos del costo de producción (materia prima, mano de obra y Costos indirectos de fabricación) que intervienen en la transformación de forma o de fondo de la materia prima en productos semi-elaborado o terminados o en la prestación de un servicio y de esta manera determinar el costo unitario. El análisis y control de estos elementos es la base para la planificación y la toma de decisiones.

2.7.1.1 Costo de producción

“Son los costos que se generan en el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados o semi-elaborado, utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros”(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 9)

El Costo de Producción está formado por tres elementos que se diferencian entre sí, siendo estos: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Gastos Generales de fabricación, los cuales son necesarios para transformar de forma o de fondo los materiales en productos semielaborado o terminados o en la prestación de un servicio.

a. Materia Prima

1. Materia Prima Directa

“Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado” (CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 9)

Elemento básico para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio, la misma que se puede identificar, medir y cuantificar fácilmente como ejemplo tenemos: tela, hierro, madera, entre otras.

La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

2. Materia Prima Indirecta

“Estos pueden o no formar parte del producto terminado.”

Estos son los costos que le dan imagen al producto luego de su proceso de transformación.

Es aquella que puede o no formar parte del producto terminado, se caracteriza por ser de difícil cuantificación ya que los valores se conocen de forma general como, podemos citar: hilos, suelda, envases, embalajes, etiquetas, y más”.(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 9)

Son aquellos que están involucrados en la elaboración de un producto pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.

b. Mano de Obra

1. Mano de Obra Directa

“Fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervienen manualmente o accionando una máquina”.(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 10)

Se define como Mano de obra Directa cuando el personal interviene directamente de forma manual o accionando máquinas en la transformación de materiales en un producto terminado o semielaborado o en la prestación de servicios, ya sea este con un grado de instrucción o sin ninguna capacitación.

2. Mano de Obra Indirecta

“Fuerza de trabajo que participa indirecta en la transformación de un producto”
(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 10)

Viene a ser el personal de apoyo que tienen las fábricas para dar los acabados finales al producto. Es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción del producto.

c. Costos Indirectos de Fabricación

“Llamados También carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo”.(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007, p. 10)

Están constituidos por todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo la producción, por su naturaleza no son aplicables directamente al costo de un producto. Entre estos tenemos: materiales indirectos, mano de obra indirecta, depreciación, arrendamiento, servicios básicos, mantenimiento, reparaciones, impuestos, etc.

2.7.2 Estudio técnico

“El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”.(SANCHEZ, 2008)

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos

Antes de decidir el lugar dónde va a ser construido la microempresa se analizará factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

2.7.3 Estudio financiero

“El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto”(JÁCOME V, 2005)

El Estudio Financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

Así como también después de la aplicación de los evaluadores financieros establecer su factibilidad.

2.7.4 Evaluadores financieros

Para la Evaluación Financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Periodo de Recuperación de la inversión
- Relación Beneficio Costo

Para el cálculo de los índices señalados primero se deberá calcular el Costo de Capital y la Tasa de Rendimiento Medio.

2.7.4.1 Valor Actual Neto (VAN)

“Valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.(BACA, 2010, pág. 182)

De acuerdo a la definición el Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Inversión} + \sum \text{FC} / (1+i)^n$$

Dónde:

FC = Flujos de caja netos proyectados.

i = Tasa de redescuento.

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

2.7.4.2 Tasa interna de retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero”.(JÁCOME V, 2005, p. 84)

La Tasa Interna de Retorno es la herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Es importante considerar que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Ti} + \frac{\text{Ti}(\text{VAN}(+) - \text{VAN}(-))}{\text{Ts} - \text{Ti}}$$

Dónde:

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts = Tasa superior de redescuento

VAN = Valor positivo

VAN = Valor negativo

2.7.4.3 Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados”.(JÁCOME V, 2005, p. 83)

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = \text{Inv. Inicial} * \text{Nro. De años proyectados} / \Sigma \text{FC}$$

2.7.4.4 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto no se gana ni se pierde”.(CHILQUINGA, Contabilidad de Costos, 2007)

El punto de equilibrio indica que los ingresos son iguales a los costos, por lo tanto no existe ni pérdida ni ganancia. Resulta válido únicamente para el primer año, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto. (BRAVO, Contabilidad General, 2011)

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{\text{MC}}$$

Dónde:

CF = Costo fijo

MC = Margen de contribución

El Margen de contribución es igual a: Precio de Venta - Costo Variable.

El punto de equilibrio de la empresa definirá el nivel de ventas con el cual se cubren todos los costos de operación fijos y variable, es decir el nivel en el cual las utilidades totales son iguales a cero. En este punto la empresa no gana ni pierde.

2.7.4.5 Relación beneficio costo

“La relación beneficio – costo es el parámetro que sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirven los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”(VARELA, 2010, pág. 270)

De acuerdo a la definición, esta herramienta permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos del proyecto y de esta manera conocer si existe o no un adecuado retorno de los ingresos.

La fórmula de cálculo es:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} (1 + i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1 + i)^n}$$

2.8 Administración

2.8.1 Definición

“La administración es una actividad inherente a cualquier grupo social. A partir de esto es posible conceptualizar la administración, como: El esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficiencia y el menor esfuerzo posibles.”(REYES PONCE, 2007, p. 6)

La Administración se refiere a la planeación y organización de la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, para poder dirigir y controlar las actividades dando la eficiencia de la misma para llegar a una meta trazada.

La administración es un proceso muy particular consiste en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñándolas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.”

2.8.2 Importancia

“El administrador tiene la responsabilidad de emprender acciones que permitan que los individuos hagan sus mejores aportaciones a los objetivos del grupo. Así la administración es aplicable a las organizaciones grandes y pequeñas, a las empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras, así como a las de servicio.” (TERRY, 2008)

La importancia de administrar es crear una meta para crear un excedente aprovechando las tendencias del siglo XXI como la tecnología de información, globalización y el espíritu empresarial enfocados a la productividad y eficiencia utilizando los mismos o en ocasiones menores a los recursos disponibles.

2.8.3 Principios Generales de la Administración

“sostiene que los principios de la administración son flexibles, por ello formulo catorce principios que pueden resumirse así”(ANZOLA ROJAS, 2010)

2.8.3.1 División de Trabajo

Las personas deben especializarse de acuerdo con sus habilidades innatas para desempeñar con mayor eficiencia suficiente.

2.8.3.2 Autoridad

El pequeño empresario debe dar órdenes para que se cumplan las tareas, es el poder o derecho de mandar.

2.8.3.3 Disciplina

Tiene que respetar las reglas y convenios que gobiernan a la misma.

2.8.3.4 Unidad de mando

Los empleados deben recibir órdenes únicamente de un solo superior o jefe.

2.8.3.5 Unidad de dirección

Las operaciones deben ser dirigidas por una sola persona, quien trabaja bajo un solo plan.

2.8.3.6 Subordinación

El interés individual al general siempre predomina la decisión del grupo.

2.8.3.7 Remuneración

Es el Pago que reciben por su trabajo tanto los empleados como los patrones.

2.8.3.8 Centralización

Es la disminución del papel de los empleados en la toma de decisiones.

2.8.3.9 Jerarquía de Autoridad

La línea de autoridad de una empresa esta ordenada desde los más altos hasta los más bajos niveles de la misma.

2.8.3.10 Orden

Los materiales y las personas deben estar en el lugar adecuado.

2.8.3.11 Equidad

Implica igualdad y justicia con respecto a todas las personas.

2.8.3.12 Estabilidad

Cambiar de actividad en forma continua.

2.8.3.13 Iniciativa

Debe darle libertad a la persona para concebir y llevar a cabo sus planes.

2.8.3.14 Espíritu de grupo

Implica la necesidad del trabajo en equipo.

2.9 Publicidad

2.9.1 Definición

“Un buen producto debe acompañarse de una buena publicidad por lo tanto escoger el medio publicitario (ya sea radio, televisión, prensa, etc.) apropiado a las necesidades del producto y a las posibilidades de la empresa es fundamental para asegurar el éxito del objetivo de la venta.

La venta del producto dependerá sobre todo de que tan efectiva sea la publicidad y de que tan bien este dirigida. Estructurar un estudio de mercado proporciona grandes ventajas, pues delimita con exactitud quienes son los clientes potenciales, donde están y que tanto consumirán del producto”.(LONGENECKER Justin, 2010)

El verdad que el verdadero éxito está en realizar una excelente publicación para dar a conocer el producto que va a salir al mercado ya que este es un medio comercial

que se intenta informar al público sobre el producto o servicio a través de medios de comunicación con el objetivo de incentivar a la pública hacia una acción de consumo.

2.9.2 Marca

“Una marca es todo aquello que los consumidores reconocen como tal Según nos dice el Autor Es un producto al que se ha revestido de un ropaje tan atractivo que consigue que el producto se desee, se pida, se exija, con preferencia a otros productos”. (GISPERT, 2008)

En definitiva, la marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, por el que es su directo responsable. Ésta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y asegurar su mejora constante.

2.9.3 Empaque

”El empaque es otra parte importante de la oferta del producto total además de proteger el producto básico, el empaque es una herramienta importante para incrementar el valor del producto total”.(LONGENECKER Justin, 2010)

Un empaque innovador con frecuencia es el factor decisivo para los clientes, si dos productos son parecidos en otro sentido a productos de la competencia, sus empaques pueden crear la diferencia que genera la venta por ejemplo, los materiales biodegradables del empaque pueden diferenciar un producto del de la competencia. El diseño original del empaque que tiene la forma de un huevo que contiene medias para dama es un ejemplo de empaque creativo que vende bien.

El empaque es el contenedor de un producto, diseñado y producido para protegerlo y/o preservarlo adecuadamente durante su transporte, almacenamiento y entrega al consumidor o cliente final; pero además, también es muy útil para promocionar y diferenciar el producto o marca, comunicar la información de la etiqueta y brindarle un plus al cliente

2.9.4 Etiquetado

(LONGENECKER Justin, 2010) El etiquetado cumple varias funciones importantes para los fabricantes que son quienes más la utilizan, una de sus funciones es mostrar la marca, en especial cuando no se desea marcar el producto, por ejemplo en los muebles se acostumbra incluir la marca en una etiqueta una vez de hacerlo en el producto básico.

Una etiqueta es también una herramienta informativa importante para los consumidores, a menudo se incluye información sobre el cuidado y uso del producto e incluso puede informar sobre la manera en que el consumidor puede desecharlo.

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño.), indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, entre otros datos de interés que dependen de las leyes o normativas vigentes para cada industria o sector.

2.9.5 Medios de publicidad

2.9.5.1 Televisión

“La televisión tiene la capacidad para llegar a una audiencia amplia y diversa a bajo costo por millar oportunidades creativas para la demostración inmediata de los mensajes, nos indica carga adicional de diversión, selectividad demográfica en las estaciones por cable “. (LAMB JR. Charles W, 2008)

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión.

2.9.5.2 Radio

“La radio ofrece una exposición masiva de los mensajes publicitarios pues la gran mayoría de los hogares y vehículos cuentan con este medio que puede estar dirigido a un mercado particular y que llega a distintas localidades. Algunas

estaciones son mejores que otras porque llegan a un mayor mercado, por ejemplo antes durante y después de eventos deportivos. Además los anuncios pueden presentarse a diferentes horas del día o de la noche”.(LAMB JR. Charles W, 2008)

Es un aparato empleado para grabar o reproducir el sonido mediante la transformación de este en impulsos electromagnéticos que imantan un alambre de acero o una cinta recubierta de óxido de hierro que pasa por los polos de un electroimán.

2.9.5.3 Volantes

“Cuando un empresario reproduce una hoja de papel por medio de un mimeógrafo está empleando uno de los medios más económicos y conocidos como volante”.(LAMB JR. Charles W, 2008)

Por lo general los volantes pueden distribuir de las siguientes formas: de puerta a puerta, debajo de limpia parabrisas de los autos, en la mano a posibles clientes, en la calle o dejar en un lugar especial para que pueda ser recogido.

Los volantes son los medios de comunicación más rápida y seguros ya que estos nos informan con mayor rapidez acerca del producto y/o servicio que se desea prestar.

2.9.5.4 Prensa (periódico)

”Son el medio de publicación más importante para el pequeño empresario, ya que su circulación cubre un territorio seleccionado (una parte de una ciudad, una sola ciudad, varias poblaciones, vecindad o un numero de regiones adyacentes). Así mismo los anuncios en el periódico llegan a las personas de todas las clases económicas. Estos anuncios pueden cambiarse con frecuencias, si hay distintas ediciones en el día, comparamos con otros medios, los costos de los periódicos son los más económicos y sus anuncios informan al cliente sobre que se puede comprar, en donde se vende, cuando ya qué precio entre otros datos”.(LONGENECKER Justin, 2010)

El periódico se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario), semanal

(semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas), o anual (anuario).

2.9.5.5 Web (Publicidad en Internet)

“El internet ofrece un medio completamente nuevo en el que las empresas pequeñas se pueden anunciar gracias a sus gráficos a color, intercambio de información bilateral, transmisión de videos y disponibilidad las 24 horas del día, la publicidad en internet permite que los anunciantes alcancen una gran cantidad de compradores globales de manera oportuna a menor costo y con más eficacia que muchas otras formas de publicidad. Los métodos básicos de promoción en el internet son anuncios en banners y pop-ups, correos electrónicos, patrocinio y vínculos, sitios web corporativos”(LONGENECKER Justin, 2010)

La publicidad en internet es la que se basa en la idea de añadir datos de una manera práctica y visible.

2.9.6 Parámetros sensoriales

“El análisis sensorial de los quesos es el examen de las propiedades organolépticas del producto mediante los órganos de los sentidos, los medios que dispone el ser humano para percibir y detectar el mundo que le rodea”.(Nora, 2009)

Un alimento se distingue por numerosas características de las que depende, en gran medida, su elección y aceptación por parte del consumidor. Estas peculiaridades definen la calidad sensorial, una disciplina que, con el desarrollo de la tecnología alimentaria, ha ganado fuerza en el sector. El objetivo es favorecer que las interacciones de un alimento, en cuanto a sabor o aroma, entre otras, respondan a criterios de calidad y seguridad.

Principales aplicaciones sensoriales

Control de calidad de materias primas y productos finales.

Desarrollo de nuevos productos.

Estudio de las preferencias de los consumidores.

Análisis de los factores que influyen en el aroma o en el sabor de un alimento

2.9.7 Diseño y Color

La selección de una paleta de color define el ambiente y sensaciones generales que se transmiten al usuario. Calidez, energía, amabilidad, transparencia.(Color, 2011)

Estos valores deben estar definidos con claridad en relación a los valores propios del producto y al mercado en el que nos encontramos. Los valores propios han de venir de aspectos tradicionales como:

Precio

Tecnología

Servicio

Capacidad

2.9.8 Calidad del producto

<http://calidadtotalbasico.galeon.com> (25 de Mayo del 2011) Una forma de diferenciar es la calidad el producto. Puede distinguirse entre calidad objetiva (tiene una naturaleza técnica, es medible y verificable) y calidad percibida (es subjetiva, es una evaluación del consumidor). Para evaluar la calidad de un producto se puede contar con estos indicadores:

- La calidad de conformidad: es la medida en que un producto se corresponde con las especificaciones diseñadas, y concuerda con las exigencias del proyecto.
- La calidad de funcionamiento: indica los resultados obtenidos al utilizar los productos fabricados.

Suele decirse que existe una relación calidad-precio. Esta relación es de doble sentido, es decir, la calidad del producto influye en la formación de expectativas acerca del precio del mismo, pero, a su vez, el precio utilizado como un indicador en la formación de la percepción de la calidad del producto.

2.9.8.1 Servicio al Cliente

”Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”.(GISPERT, 2008)

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing ya que permite ser un aspecto importante para el éxito de toda empresa, sea cual sea su actividad.

2.9.8.2 Promoción

Diccionario de Marketing, Colombia THEMA EQUIPO Cultural S.A., define la **promoción** como "uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información"

2.10 Marketing

2.10.1 Concepto de Marketing

“Muchas personas piensan que el marketing es solo vender y anuncios y es natural preciso entender al marketing con el sentido de lograr una venta sino en el sentido de satisfacer las necesidades del cliente. Por lo tanto la venta y la publicidad son solo una parte de una gran “mezcla de marketing” un conjunto de herramientas de marketing que trabajan juntas para satisfacer las necesidades del cliente y crear relaciones con el cliente, en términos es el proceso social y administrativo mediante el cual el individuo obtiene lo que necesita y desea a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos”.(ARMSTRONG K. Y., 2008)

Es el proceso en el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellas obteniendo el cambio, el valor de los clientes El marketing es vital para el éxito la misma que nos permite presentar el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final.

2.10.2 Importancia del Marketing

(ARMSTRONG P. G., 2006) STANTON J William, ETZEL J Michael y WALKER J Bruce (2008): El marketing real desempeña en la mayoría de los aspectos de nuestra vida. Como caso hecho que siempre está ahí solemos subestimar, los medios apoyados en gran medida por la publicidad, el gran surtido de bienes distribuidos por tiendas cercanas a nuestros hogares o la facilidad con que podemos hacer compras para apreciar mejor consideremos por un momento como desempeña el marketing una de las funciones principales en la economía global, en el sistema socioeconómico de cualquier país, en cualquier organización

Toda organización ya seas grande o pequeña está en la obligación de realizar una excelente distribución de su producto que va hacer presentado en el mercado local, para que de esta manera tener un gran surtido de clientes.

2.10.3 Componentes del marketing

Cuadro N° 7

Componentes del Marketing



FUENTE:(REYES PONCE, 2007)

ELABORACION: La Autora

2.10.4 Entorno

(WAYNE D Hoyer, TEXAS Austin 2008) “El entorno empresarial, por su parte, señala al marco externo que influye en el desarrollo de la actividad de una empresa “Este país no se caracteriza por ofrecer un entorno empresarial

apropiado para la realización de negocios, por eso las empresas extranjeras no quieren invertir aquí”

El sistema fiscal, el apoyo estatal y la legislación son algunos de los factores que conforman el entorno empresarial.

2.10.5 Exhibidores

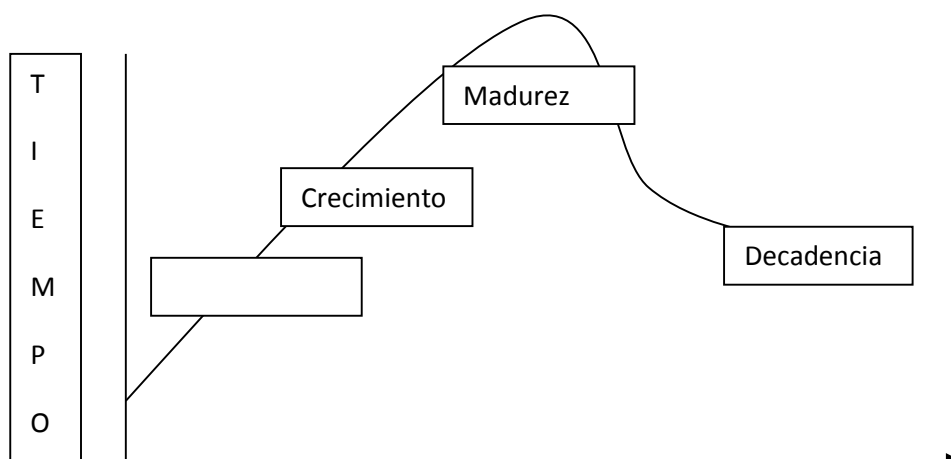
<http://www.exhibidores.mx/>(25 de mayo del 2011) Exhibidores de producto. El concepto de exhibidores se refiere a todos los muebles donde se ubican los diferentes productos que se comercializan, y que se pueden fabricar en cualquier material (Madera, Metal, plástico y Cartón). Servicio de Montaje e instalación de los mismos, además de que se pueden ubicar exhibidores en calidad de alquiler.

2.10.6 Etapas del Ciclo de Vida del Producto

(RODAS CARPIZO A, 2007)Agrega: Las etapas más importantes del producto son las siguientes:

2.10.6.1 Introducción

Comienza cuando el producto nuevo se distribuye por primera vez y se pone a la venta. El nuevo producto se apoya en un extenso programa de publicidad y promoción, lo que origina altos costos y por tanto también inversiones. En esta etapa se presenta un porcentaje muy elevado de productos, es decir que los nuevos productos son rechazados por los consumidores, se caracteriza por considerables limitado volumen de ventas, pérdidas y canales, así como distribución limitada.



FUENTE: (REYES PONCE, 2007)

ELABORACION: La Autora

2.11 Competencia

2.11.1 Competencia Perfecta

(RODRIGUEZ, Joaquín 2006). Señala: “Es una de las cinco fuerzas que componen el entorno competitivo. Es el grupo de empresas que compiten en el mismo sector donde opera otra empresa”.

Son aquellos competidores que aún no han ingresado al mercado, pero que tienen altas probabilidades de hacerlo en breve.

2.11.2 Competencia perfecta y rival

(RODRIGUEZ, Joaquín 2006). Señala: “Competidores del sector es la intensidad de la rivalidad que existe entre ellos se da porque permanentemente todos buscan mejorar su posición, y como resultado de diferentes factores tales como: Crecimiento lento del sector, altos costos fijos y stocks elevados, Incrementos importantes en la capacidad instalada de las industrias y fuertes barreras de salida Intereses estratégicos demasiado ambiciosos.

Todas las empresas de un sector compiten con otras que producen productos sustitutos y estos limitan los rendimientos potenciales dado que colocan un tope a los precios. Los sustitutos más importantes en este caso las tiendas aledañas.

2.12 Estructura Administrativa

2.12.1 Modelo de Organigrama Estructural

“El organigrama puede describirse como un instrumento utilizado por las ciencias administrativas para análisis teóricos y la acción práctica, permite conocer sus partes integrantes, es decir la relación de dependencia que existe entre ellas.”(JONES & Gareth, 2088)

El Organigrama es la representación gráfica de cada uno de los departamentos existentes de una empresa y la relación entre ellas y por ende hay la distribución correcta y no hay duplicidad de mandos.

2.12.2 Modelo de Organigrama Funcional

(MELINKOF Ramón, 2005), señala: “Parte del organigrama estructural y nivel de cada unidad administrativa se detalla las funciones principales básicas”.

Este Organigrama representa las unidades de mando y funciones generales de cada área de la organización permite que la empresa tenga una buena segregación de funciones y tengan mejores relaciones laborales.

2.12.3 Talento Humano

“La Administración de Recursos Humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que la organización representa el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo”.(CHIAVENATO, 2005)

El Talento Humano en una empresa va ser de gran utilidad ya que el personal que laborará deberá ser competente, con una formación de principios éticos y morales que ayudarán a trabajar de manera eficiente ya que ellos son el justificativo para el éxito de la misma.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El estudio de mercado es un factor fundamental que permite obtener datos reales de la aceptación del producto dentro del Barrio Punyaro, además obtener datos de la oferta y la demanda, realizando un proceso de recopilación y análisis de los mismos, y tomar decisiones que se presenten a lo largo del proceso productivo y anticipar la evolución del mismo tomando en cuenta los riesgos que se tienen en el momento de la presentación de un producto.

Por medio del estudio se obtendrá la información exacta para poder demostrar que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda.

La finalidad del presente es estudio de factibilidad, el cual sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos de ingeniería financiera y económica, análisis de datos relevantes acerca del tamaño del poder de compra, perfil de los usuarios estableciendo los lineamientos básicos para la toma de decisiones.

3.2 Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1 Objetivo General

Realizar el estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, para buscar estrategias de competitividad y el pre factibilidad que se tiene con la creación de las microempresas

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar la oferta actual de la creación de la microempresa productora y comercializadora de dulce a base de fréjol con leche
- Identificar los niveles de demanda en función de su preferencia para determinar la factibilidad del proyecto

- Investigar los precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores por el dulce a base de frejol con leche
- Analizar el sistema y mecanismos de comercialización de las microempresas de la ciudad de Otavalo

3.3 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PUBLICO META
Determinar la oferta actual de la creación de la microempresa productora y comercializadora de dulce a base de frejol con leche	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos y preferencias • Número de negocios similares en el mercado • Precio • Producto 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> * Encuesta * Bibliográfica * Observación 	Población de Otavalo
Identificar los niveles de demanda en función de su preferencia para determinar la factibilidad del proyecto	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión Inicial • Competencia • Presentación y calidad del producto • Servicio al cliente 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> * Bibliográfica * Observación 	Población de Otavalo
Investigar los precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores por el dulce a base de fréjol con leche	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel educativo • Experiencia en el trabajo • Capacitación • Número de trabajadores 	Primaria	*Observación	Población de Otavalo
Analizar el sistema y mecanismos de comercialización de las microempresas de la ciudad de Otavalo	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de Distribución • Consumidores potenciales • Tipo de Mercado • Competencia 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> *Entrevista *Encuesta 	Autoridad

FUENTE: investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

3.4 Identificación del Producto

El producto identificado como principal para el estudio de mercado, es el fréjol y la leche y productos procesados, siendo productos naturales, con aplicación de insumos orgánicos en su fase de cultivo, suele poseer aspectos que hacen que el producto sea accesible, siendo:

- Su facilidad de adaptación a diferentes climas y suelos.
- Su valor alimenticio y nutricional.
- La calidad y diversidad de productos que se obtienen en la industria transformadora.

Los productos orgánicos se lo encuentran en diversas variedades y unidades en el mercado, ya sea en forma de kilos o por unidades.

3.4.1 Dulce a base de Fréjol

El dulce de fréjol será elaborado principalmente con fréjol negro proveniente de la zona de Intag, siendo un producto de calidad y la panela proveniente de Chorlavi, garantizando con ellos un producto nutritivo, novedoso con componentes naturales.

a) Propiedades Nutricionales

El fréjol por ser una leguminosa muy nutritiva, es una fuente de vitaminas B, de proteínas, carbohidratos, igualmente proporciona hierro, cobre, zinc, fosforo, magnesio, calcio y un alto contenido de fibra, potasio son 30 veces mayor en el interior de las células mientras que las concentraciones de sodio son 10 veces más bajas, Las concentraciones de potasio son 30 veces mayor en el interior de las células mientras que las concentraciones de sodio son 10 veces más bajas. Esta diferencia de concentraciones genera un gradiente electroquímico conocido como potencial de membrana. Esto hace que el sodio se mueva hacia adentro de la célula y que el potasio se mueva fuera de la misma generando un potencial eléctrico de membrana. Este potencial eléctrico ayuda a generar las contracciones musculares, el impulso nervioso y regular la función cardíaca.

Cuadro N° 8

Fórmula del dulce a base de fréjol

INGREDIENTES	PORCENTAJE
Fréjol	40%
Leche	40%
Panela	20%
TOTAL	100%

ELABORACIÓN: Autora

c. Diseños

El dulce a base de fréjol se lo presenta en dos diseños:

En frasco vidrio.- Esta presentación es más consumida, así lo demuestran en la encuesta realizada ya que es fácil de abrirlo y consumirlo.

Sachet.- Es una presentación más económica y fácil de transportarlo

3.4.2 Descripción del producto a ofrecer

Tanto el fréjol como la leche productos principales para la elaboración de este proyecto son productos reconocidos por su valor nutritivo, y están al alcance de la mesa del consumidor.

Como todo proyecto productivo, nace para satisfacer una necesidad dada en el mercado; el mismo está orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores para lo cual Ecuador nos exige registro sanitario y normas INEN para lanzar un producto de calidad al mercado.

Gráfico N° 9

Producto a ofrecer



3.5 Mercado Meta

La parroquia El Jordán está integrado por los siguientes barrios : El Cardón, La Bolsa, Arias Urco, San Juan, San Pedro, La Quinta, Santiaguillo, La Joya, La Rinconada, Rosas Pamba, Azama, , Río Blanco, **Punyaró** y Cotama.

Es importante dar a conocer que este producto serán entregado a familias de un nivel socioeconómico medio, medio alto y una economía alta, lo cual permitirá que el producto sea consumido.

Para el año 2010 la población aproximadamente de 110.461 habitantes (44.536 Urbano y 65.925 rural) del Cantón Otavalo. El 44,3, lo cual será muy factible para la creación de la microempresa.

3.5.1 Población o Universo

La población o universo de la demanda lo constituyen los habitantes del sector Barrio Punyaró Alto dela ciudad de Otavalo, ubicada en la provincia de Imbabura que según el Instituto Nacionalde Estadísticas y Censo (INEC) 2010 es de 44.536 habitantes del de los cuales se escogió la muestraal barrio Punyaró con un numero de 3.097 personas aplicándose, por lo que se obtuvo los siguientes resultados mediante la aplicación de la fórmula de la muestra.

$$n = \frac{N * Z^2 * \delta^2}{E^2(N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

n = Muestra

N = Población

Z²= Nivel de confianza 95% 1.96

δ² = Desviación 0.5

E²= Error 5%

$$n = \frac{(3.097)(1.96)^2(0.25)}{(0.05)^2(3.097 - 1) + (1.96)^2 * 0.25}$$

$$n = \frac{3.138,81}{(0.0025)(2.227) + (3.8416) * 0.25}$$

n = 328 encuestas

Instrumentos de Recolección de Información

3.5.2 Información Primaria

Para la obtención de la información primaria se procedió de la siguiente manera:

3.5.3 Encuesta

Se realizó la encuesta con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados para recopilar la información que nos permita conocer si es o no factible la creación de la microempresa productora y comercializadora de dulce a base de frejol con leche fueron realizadas a los habitantes del Barrio Punyaro.

3.5.3.1 Entrevista

Esta técnica fue realizada a la Presidenta del barrio Sra. Rosa Campo y al Alcalde del Cantón Otavalo Sociólogo Mario Conejo y la Sra. Teresa Bautista Propietaria de la Microempresa Dulces Artesanales.

3.5.3.2 Observación directa

Se la hizo visitando las distintas tiendas comerciales donde existen productos similares.

3.6 Información Secundaria

La información secundaria a utilizar es:

- ❖ Documentos e Informes
- ❖ Publicaciones
- ❖ Tesis y Proyectos
- ❖ Periódicos
- ❖ Internet
- ❖ Revistas

3.7 Tabulación y Análisis de la Información

3.7.1 Resultado de encuesta dirigida a los moradores del barrio Punyaro de la Ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

PREGUNTA 1 ¿Con qué frecuencia ud consumen algún tipo de dulce o mermelda?

Cuadro N° 10

Frecuencia de Consumo

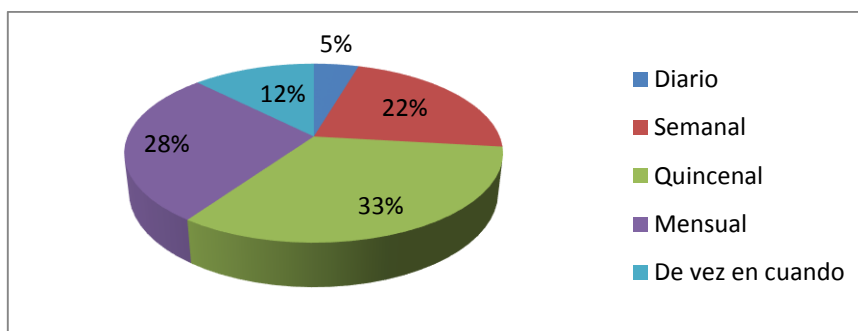
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	15	5%
Semanal	73	22%
Quincenal	108	33%
Mensual	91	28%
De vez en cuando	41	13%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 10

Frecuencia de Consumo



ANÁLISIS

Los datos reflejan que la mayoría de personas encuestadas acuden a tienda a realizar una compra de algún tipo de dulce o mermelada una vez cada quince días con un 33%, seguido quincenal por lo que será factible la creación de la microempresa.

PREGUNTA N° 2 ¿estaria usted dispuesto a consumir el dulce a base de fréjol con leche?

Cuadro N° 9

Agrado de Implementación

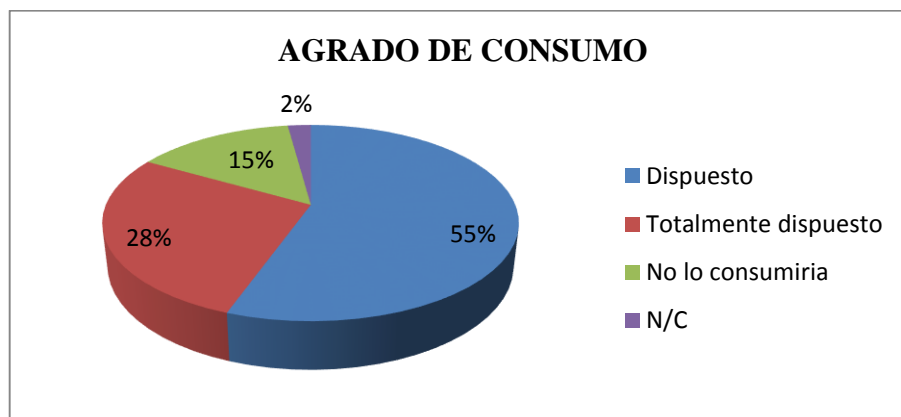
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dispuesto	182	27%
Totalmente dispuesto	91	40%
No lo consumiria	48	15%
N/C	7	2%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 11

Agrado de Consumo



ANÁLISIS

La mayoría de las personas encuestadas con un 55% están dispuestos a consumir el dulce base de frejol con leche, ya que sería un producto nuevo en el mercado y por ende generaría empleo para las personas, seguido por un 28% están totalmente de acuerdo a consumirlo, apenas el 15% no lo consumiría y el 2% se limita a contestar.

PREGUNTA N° 3 ¿Cuál es la forma de presentación de dulce o mermelada que usted más consume?

Cuadro N° 10

Presentación del Producto

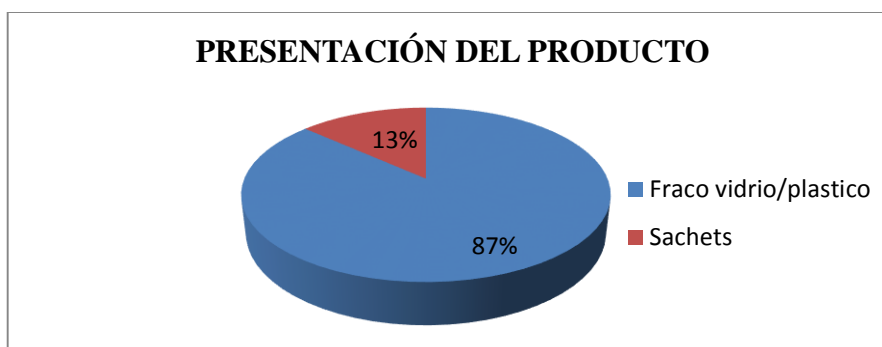
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase vidrio/plastico	284	87%
Sachets	44	13%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 12

Presentación del Producto



ANÁLISIS:

Con los datos obtenidos se puede deducir que los consumidores optan por adquirir algún tipo de dulce o productos similares con un 87% en un envase de frasco de vidrio o plástico ya que es un envase mucho más higiénico. Pero también se puede observar que hay un porcentaje mínimo del 13% que este tipo lo prefieren en sachet, quizás por el costo o de acuerdo al momento u ocasión de la compra.

PREGUNTA N° 4; Que características toma usted en cuenta al momento de adquirir algún tipo de dulce?

Cuadro N° 11

Características del Dulce

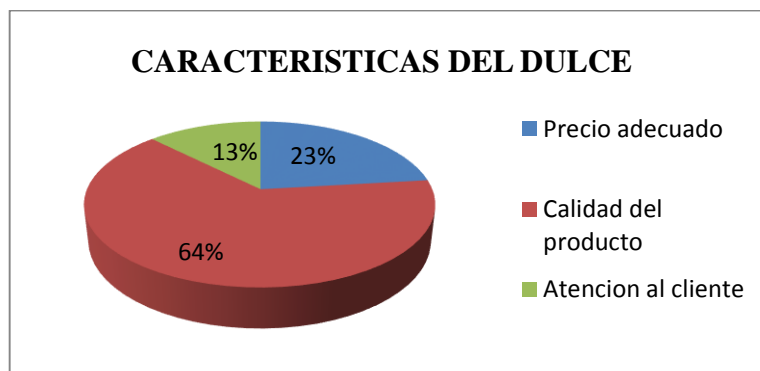
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio adecuado	76	23%
Calidad del producto	211	64%
Atencion al cliente	41	13%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 13

Características del dulce



ANALISIS

Con estos resultados podemos observar que las personas al momento de adquirir un producto con un 64% lo hacen por la calidad del producto, seguido con un 23% un precio adecuado, esto se debe a que el producto es bueno y tiene un costo bajo y está al alcance económico de las personas y por ultimo con el 13% la atención al cliente.

PREGUNTA 5. ¿En que lugar usted consume o adquiere algun tipo de dulce?

Cuadro N° 12

Lugar de Adquisición

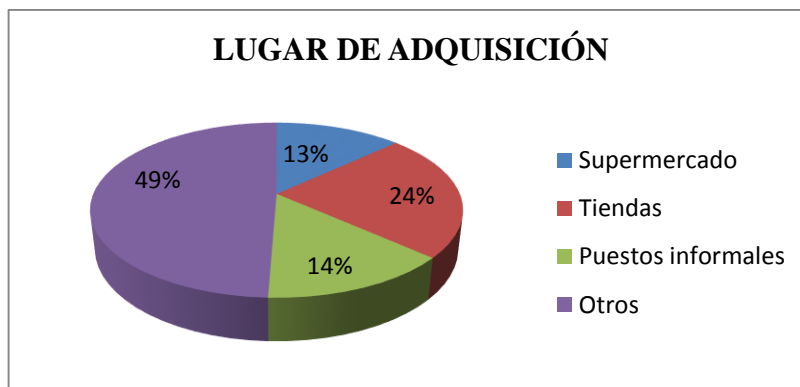
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	43	13%
Tiendas	77	23%
Puestos informales	46	14%
Otros	162	49%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 14

Lugar de Adquisición



ANALISIS

De acuerdo a los datos obtenidos se puede concluir que las personas realizan sus compras en lugares muy distintos a los antes mencionados ya que esto facilita mucho, es una gran ventaja y nos sirve para determinar nuevos plazas de mercado que aún no cuentan con el producto en sus perchas como supermercados y que otras personas nos visiten en la microempresa a adquirir el producto y a conocer la elaboración del mismo.

PREGUNTA N° 6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un frasco de vidrio de 500gr de dulce a base de fréjol con leche?

Cuadro N° 13

Precio dispuesto a pagar por el dulce frasco 300gr

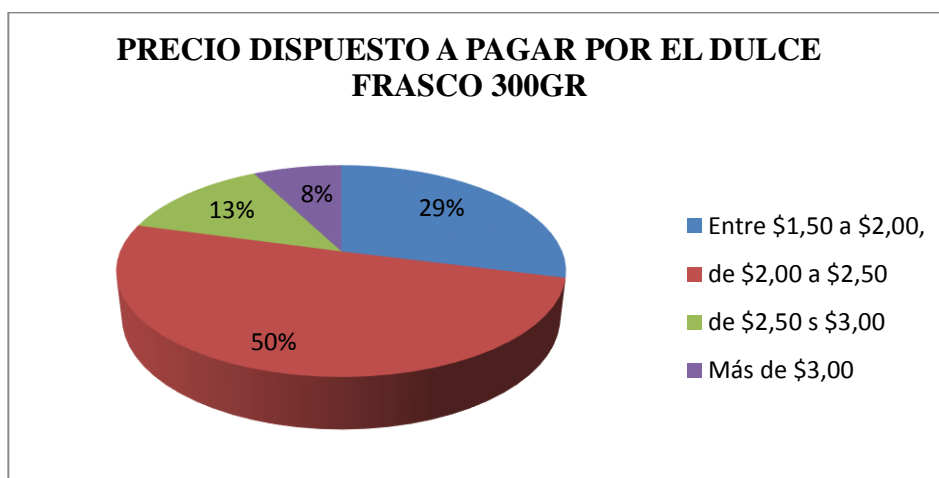
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$3.00a \$4,00	95	29%
de \$5,00 a \$6.00	165	50%
de \$7.00 a \$8.00	43	13%
Más de \$9,00	25	8%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

GRÁFICO N° 15

Dispuesto a pagar por el dulce frasco 300gr



ANALISIS

Segun los resultas podemos observar que el precio oscilado entre los \$5.00 a \$6.00 esta conveniente para poder competir con productos similares en el mercado, para lo mismo establecere un producto que cumpla con las exigencias del consumidor.

PREGUNTA N°7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un sachet de dulce a base de fréjol con leche?

Cuadro N° 14

Precio dispuesto a pagar por el dulce en sachet de 100gr

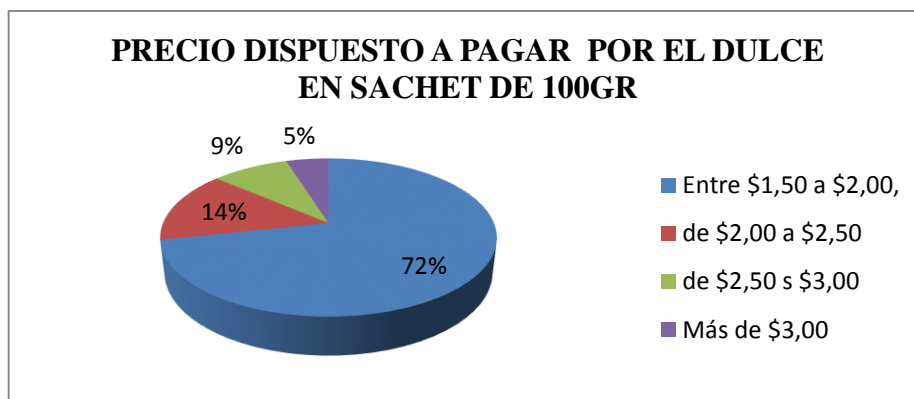
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$1,50 a \$2,00	235	72%
de \$2,00 a \$2,50	48	15%
de \$2,50 s \$3,00	29	9%
Más de \$3,00	16	5%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 16

Precio dispuesto a pagar por el dulce en sachet de 100gr



ANALISIS:

Estos datos nos permiten determinar cuánto nuestros potenciales clientes están dispuestos a pagar por el producto en sus diferentes presentaciones, como para el dulce a base de fréjol en sachet de 100g estarían dispuesto a pagar de 1.5 a 2 dólares y para ello nosotros estableceremos en nuestro proyecto un producto que cumpla con la exigencias del consumidor y alcanzar los precios máximos para nuestro producto.

PREGUNTA N°8 ¿Cómo califica usted al dulce a base de fréjol con leche?

Cuadro N° 15

Calificativo del Producto

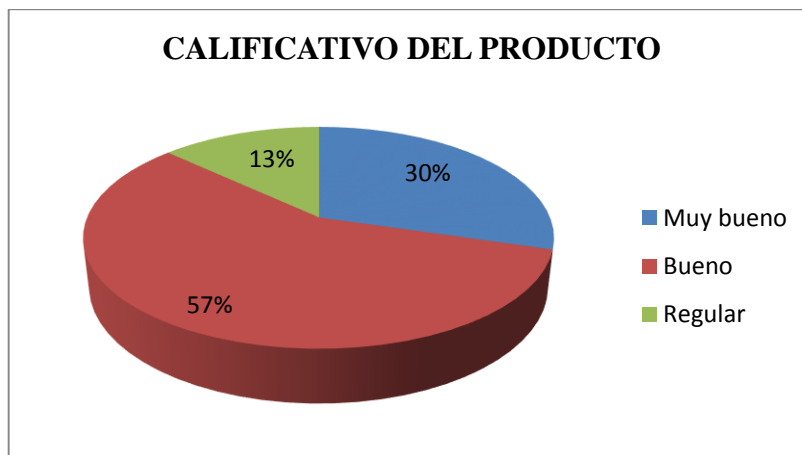
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	97	30%
Bueno	188	57%
Regular	43	13%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 17

Calificativo del Producto



ANALISIS

Si los consumidores consideran que el producto es muy bueno, debe ser que es un dulce delicioso y nutritivo que gusta de grandes y chicos; y que cumple en parte las exigencias que busca un consumidor en un producto.

PREGUNTA 10.¿Está usted de acuerdo que se implemente en la ciudad de Otavalo, una microempresa dedicada a la producción y comercialización de dulce casero a base de fréjol con leche?

Cuadro N° 16

Creación de la Microempresa

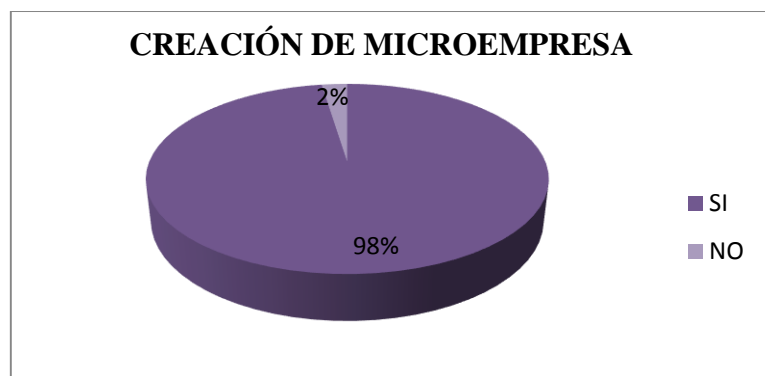
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	8	12%
SI	320	88%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 18

Creación de Microempresa



ANALISIS

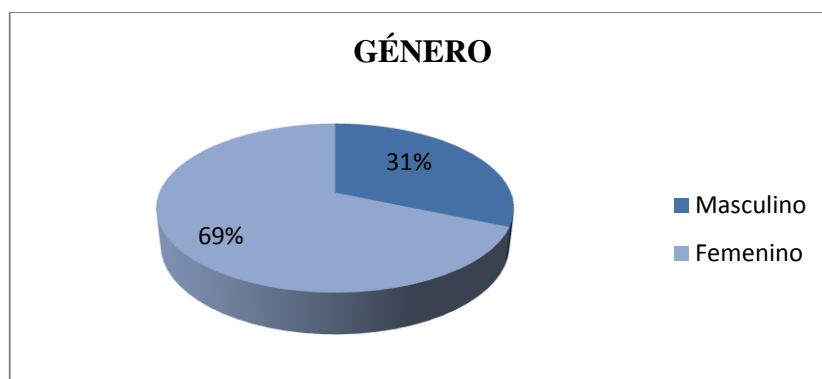
Una vez realizada la técnica de la encuesta a los moradores de Punyaro, se determinó que en su mayoría si desea que se implemente la microempresas dedicadas a la producción y comercialización de dulce casero, mientras que un porcentaje inferior de los mismos no desean que esto se lleve a cabo.

DATOS TECNICOS**CUADRO N° 17****GÉNERO**

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	103	31%
Femenino	225	69%
TOTAL	328	100%

Fuente: encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 19**Género****ANÁLISIS**

En la encuesta aplicada se determinó que un porcentaje mayor de las personas son de género femenino, el resto lo complementa el género

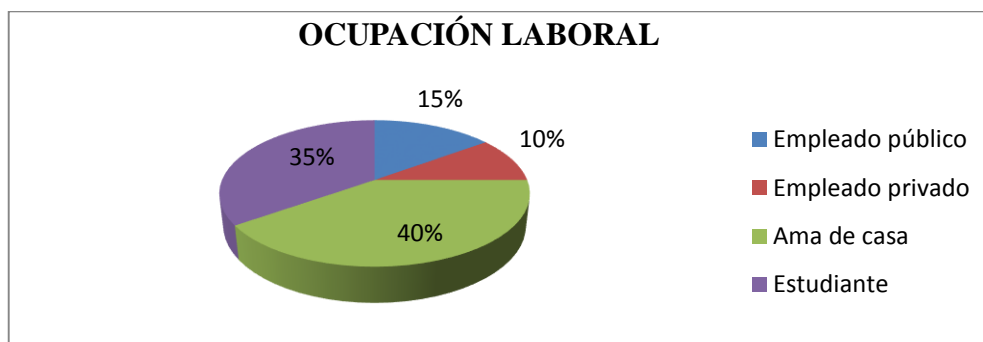
Cuadro N° 18
Ocupación Laboral

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado público	49	15%
Empleado privado	33	10%
Ama de casa	132	40%
Estudiante	114	35%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 20
Ocupación Laboral



ANALISIS

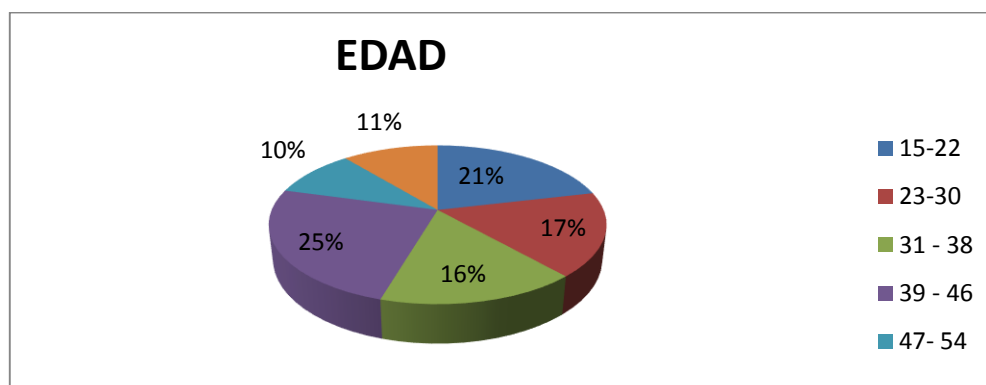
Se puede concluir que la gran mayoría de los encuestados son amas de casa universitarias que tienen un gran gusto por este producto o productos similares a este; pero también se observa un buen porcentaje de estudiantes que están interesados en el dulce a base de fréjol, y otros porcentajes menores son de encuestados que trabajan en otras actividades como en empresas e instituciones privadas y públicas.

Cuadro N° 19**Edad**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-22	70	21%
23-30	56	17%
31 - 38	53	16%
39 - 46	81	25%
47- 54	32	10%
55 - 62	36	11%
TOTAL	328	100%

Fuente: Encuesta 2013

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Gráfico N° 21**Edad****ANALISIS**

Las encuestas realizadas se la hizo a la población Del Cantón Otavalo Parroquia San Luis y su edad oscila en su mayor parte entre 39-46 años y de 15-22 años ya que dentro de esa edad son amas de casa personas que realizan las compras para el hogar, seguido por estudiantes que cursan colegios y jóvenes universitarios; y otra parte son encuestados que están entre una edad de 31– 38 años, 47 – 454 años de edad y por ultimo oscila de 55-62 años que tiene gusto por el dulce debido a su sabor natural y nutritivo.

3.7.2 Resultados de las entrevistas aplicadas a los productores de dulces similares existentes en la localidad

Pregunta: ¿Desde qué año viene produciendo el dulce?

Cuadro N° 20

Año de Actividad

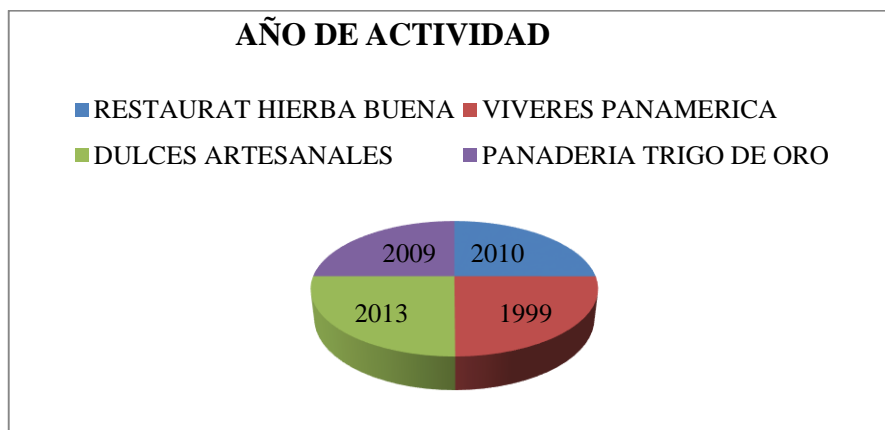
PRODUCTOR	AÑO DE PRODUCCIÓN
Restaurat Hierba Buena	2010
Viveres Panamericana	1999
Dulces Artesanales	2013
Panadería Trigo de Oro	2009

FUENTE: Entrevista realizada a los productores

ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 22

Año de Actividad



ANALISIS

De acuerdo a las respuestas emitidas por los productores comentan que ellos viene produciendo desde hace más de 14 años, siendo los negocios antes mencionados microempresas familiares, que tratan de salir adelante conjuntamente y manifiestan que solo unios podran lacanzarlo.

Hace 3 años atrás ¿Qué cantidad de dulce producía hace tres años?

Cuadro N° 21

Producción de hace tres años

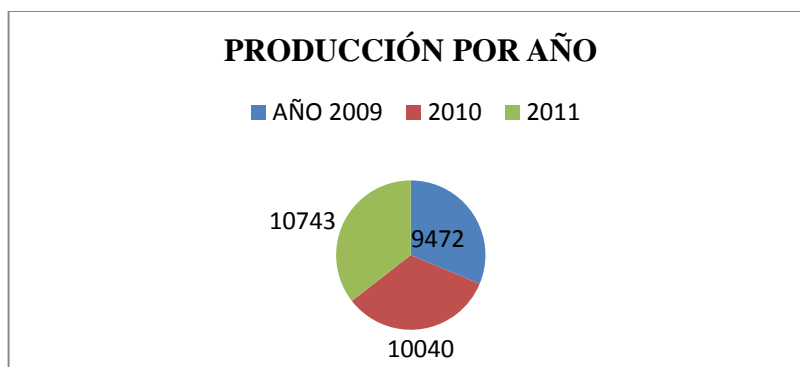
AÑO	Rest. Hierba Buena	Viv. Paname	Dulces Artesa	Pan. Trigo de Oro	Total	%
2010	750	2000		500	3000	12%
2011	5200	3500		1200	9000	35%
2012	9000	5000		3000	17000	65%
TOTAL	14950	10500		4700	26000	100%

FUENTE: Entrevista realizada a los productores

ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 23

Producción



ANALISIS

Como podemos observar de acuerdo a los datos proporcionados por los productores podemos ver que tienen una producción anual de 3000 unidades para el año 2010, para el año 2011 con 9000 unidades y para el año 2012 una producción de 17000 unidades con una tasa de crecimiento de 4,77%, es decir que todos los años la demanda crece con una tasa de crecimiento promedio de 3,6%.

Pregunta En este año 2013 ¿Qué cantidad de dulces produce usted al mes?

Cuadro N° 22

Producción Mensual año 2013

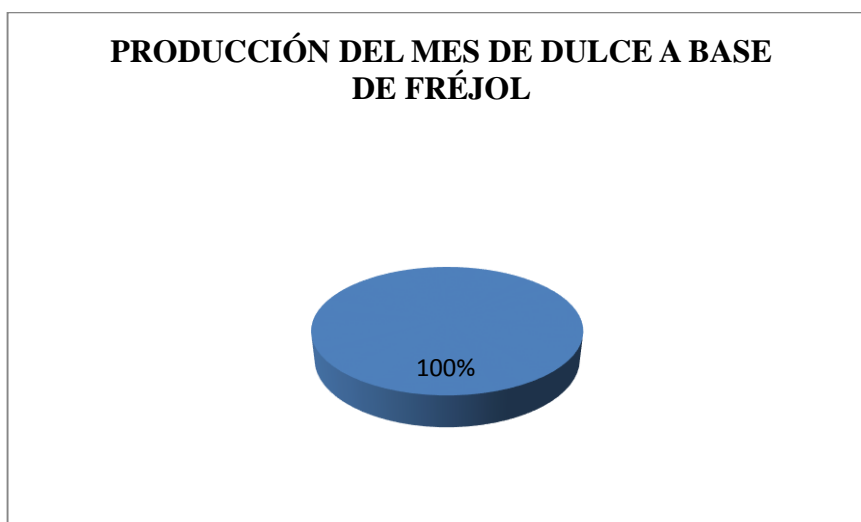
TIPO DE PRESENTACION	REST. HIERBA BUENA	VIV. PANAME	DULCES ARTESA.	PAN. TRIGO DE ORO	TOTAL	%
ENVASE DE VIDRIO 300GR	250	125	50	150	575	100
TOTAL	250	125	50	150	575	100

FUENTE: Entrevista realizada a los productores

ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 24

Producción Mensual año 2012



ANALISIS

Para este año provee una producción mensual de 575 unidades entre los cuatro productores ya que por ser una cantidad superior se toma en cuenta en envase de vidrio.

Pregunta ¿Cuál es el precio de venta de su producto?

Cuadro N° 23

Precio del producto al por menor

Tipo de Presentación	Rest. Hierba Buena	Viv. Paname	Dulces Artesa.	Pan. Trigo de Oro	Total	Costo Promedio (\$)
Envase de vidrio 300gr	4,15	4	4,1	4,5	16,75	4,19

FUENTE: Entrevista realizada a los productores

ELABORACIÓN: La Autora

Se puede observar que los productores manejan precios al por menor y al por mayor, en el gráfico se puede observar que los precios de venta del producto donde el dulce en envase de vidrio de 300gr. Tiene un costo de 5.97 es un costo realmente bajos a comparacion con productos similares.

Cuadro N° 24

Precio del producto al por mayor

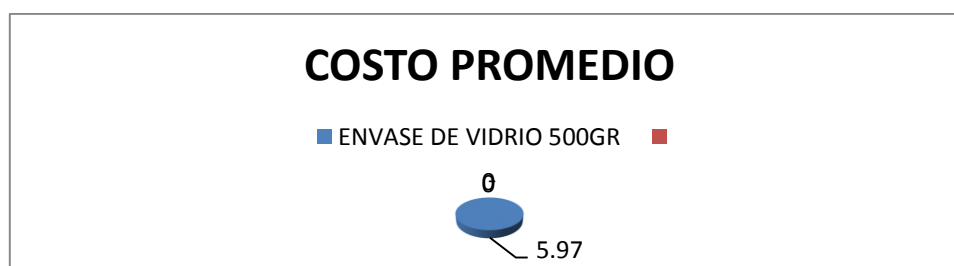
Tipo de Presentación	Rest. Hierba Buena	Viv. Paname	Dulces Artesa.	Pan. Trigo De Oro	Total	Costo Promedio (\$)
Envase de Vidrio 300gr	5,7	5,6	5,6	5,75	5,66	5,97

FUENTE: Entrevista realizada a los productores

ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 25

Precio del producto al por mayor



ANALISIS

De acuerdo con los datos con referente a ventas por por mayor se considera que, el dulce en un envase de vidrio sale a un precio equivalente a 5.97, esto se debe a la competencia desleal, que con tal de vender prefieren dar a ese precio y sacrificarse más tiempo y porque nosotros mismos producimos y no pagamos trabajadores, ese dinero que sobra es un ahorro que se produce en utilidades.

Pregunta ¿Forma de financiamiento para adquirir tecnología?

Cuadro N° 24

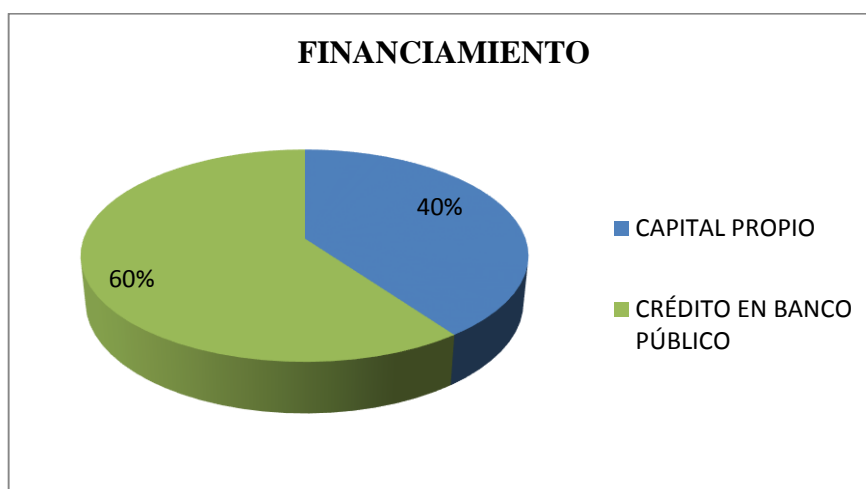
Financiamiento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capital Propio	1	40%
Banco Público	1	60%
TOTAL	2	100%

ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 26

Financiamiento



ANALISIS

Para acceder con mayor facilidad para adquirir la materia prima o para mejorar la estructura de la microempresa se opta por el financiamiento propio y otro a un crédito en un banco público, con la finalidad de obtener todo lo necesario para los materiales necesarios para la producción.

3.7.3 Resultados de la Entrevista realizada al señor Sociólogo Mario Conejo

1.Cuál es la situación actual de la producción de dulces caseros en la ciudad de Otavalo?

No cuenta con una demanda grande dentro de la ciudad, pero si existen familias que realmente desean salir adelante incrementando microempresas ya sea familiar o personal, dentro de la misma hay microempresas que si se dedican a la producción de productos similares.

2. Esta usted de acuerdo que se implemete una nueva microempresa dentro de la ciudad

Si es para beneficio de la ciudad y para beneficio de si mismo, y si esta en mis manos colaborar para la implementacion de esta nueva microempresa con gusto compartire este logro y satisfaccion tanto personal como institucional, intitucional por haber apoyado para el logro de este objetivo.

3. ¿Cuál es el apoyo que brindan al desarrollo microempresarial?

Seria primeramente crear una organización para personas que realicen este tipo de actividad, o también Convenios con las pequeñas empresas de ayuda mutua (infraestructura, adecuación de terrenos, entre otros, CNF financia desde 50000 usd. Bancos privados.

4. ¿Qué necesitan las pequeñas empresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

Segun los conocimientos necesario se que se necesita Contar con un Reg. San. Que garantice su consumo, Patentar el producto, Buscar nuevos mercados, Capacitar al personal en atención al cliente, Invertir en tecnología que abarate costos y optimice tiempo.

5. **Cómo organismo público se han establecido programas de capacitación y asistencia técnica para ayudar a las pequeñas empresas?**

Principalmente como miembro principal dentro de la Ciudad de Otavalo no se a realizado programas de capacitacion para personas que cuentan con negocios familiares, pero en csso de que esta peticion sea llevada a cabo pues con gusto se implementaria como por ejemplo Capacitaciones sobre como emprender nuevos negocios, Capacitaciones de como tramitar registros sanitarios, Asistencia técnica en implementar microempresas productiva.

6. **El marco legal y jurídico existente en el país ¿de qué manera incide en el sector productivo?**

Según los datos obtenidos el marco legal y jurídico que rige nuestro país incide de forma positiva en el sector productivo, ya que con las nuevas leyes se trata de impulsar la creación de la microempresa para estimular la economía del país. Y para ello están prestando la asesoría legal en la mayoría de las Instituciones Públicas.

3.8 **Análisis y proyección de la demanda**

Lo que se pretende con la proyección de la demanda es realizar un análisis minucioso que nos permitirá determinar qué resultados tendrá en un futuro nuestro proyecto, además podremos dar a conocer las características o bondades del producto como cantidad, calidad y los diferentes precios a encontrar en el mercado por los consumidores.

Actualmente en el cantón Otavalo no existe la producción y comercialización de dulce a base de fréjol con leche.

Cuadro N° 25

Proyección de la Población

AÑO	PERSONAS PARTICULARES				TOTAL
2012	660	201	259	286	1.406

FUENTE: Gobierno Municipal Otavalo

ELABORACIÓN: La Autora

Con esta información la demanda del dulce a base de fréjol con leche al año 2012 es:

MERCADO META	POBLACIÓN
TOTAL	1406

Cuadro N° 26

Demanda de dulce de fréjol por familias al año 2013

Año	Población demandante	Consumo anual unidades	Consumo Unidades Año
2013	1.406	18	25.309

FUENTE: Resultados de las encuestas

ELABORACIÓN: Las Autora

De acuerdo a los datos podremos determinar que la demanda será de 25.309 unidades de dulces.

Cuadro N° 27

Demanda por presentación de dulce de fréjol año 2013

Dulce a base de Fréjol	% Preferencia	Cu/ Tipo de Dulce a base de Fréjol
Envase de Vidrio 300gr	100%	25309
Total	100%	25309

FUENTE: Encuestas 2013

ELABORACIÓN: Las Autora

3.8.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Actualmente en el Cantón Otavalo, aún no existe producción y comercialización de dulce a base de fréjol con leche, por lo que se analizará la demanda de productos similares, que son realizadas de manera netamente artesanal y que se ofertan en el mercado local.

La proyección de la demanda se realiza para cinco años, es decir hasta el 2017 que será el horizonte del proyecto, tiempo de vida útil en el que se enfrentarán diferentes escenarios.

En base a los datos proporcionados por el SRI el crecimiento de locales abiertos para realizar una actividad económica es del 5%; anual.

Fórmula:

$$Pt = Po(1+i)^n$$

Dónde:

Pt = Población proyectada

Po= Población inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Período observado

Cuadro N° 28

Proyección de la población al 2017

demanda proyectada		
Año	Cantidad demandada	Envase de Vidrio 300gr
2013	27637	27637
2014	30180	30180
2015	32957	32957
2016	35989	35989
2017	39300	39300

FUENTE: Gobierno Municipal de Otavalo

ELABORACIÓN: Las Autoras

Cuadro N° 29

Proyección de la demanda al Año 2012

Año 2012	POBLACIÓN	CANTIDAD UNID	TOTAL
Enero	80	2	160
Febrero	85	1	85
Marzo	91	1	91
Abril	97	1	97
Mayo	104	2	207
Junio	111	1	111
Julio	118	2	236
Agosto	126	1	126
Septiembre	134	2	269
Octubre	143	1	143
Noviembre	153	2	306
Diciembre	163	2	327
TOTAL	1406	18	25309

FUENTE: Encuestas 2013

ELABORACIÓN: La autora

3.8.2 Análisis de la Competencia

La oferta está constituida por el conjunto de pequeños productores que existen en el mercado local y constituyen la competencia actual a la que debe enfrentarse nuestro producto objeto del proyecto.

3.8.2.1 Productos Similares

Los productos similares son los que cumplen las mismas funciones de uso y utilidad que el producto objeto del presente proyecto y que se encuentran ofertados en el mercado local. Estos productos son los siguientes:

<i>Restaurant Hierba Buena:</i>	Dulce de guayaba
<i>Viveres Panamericana:</i>	Dulce de Higo, Dulce de Leche
<i>Dulces Artesanales</i>	: Dulce de Leche
<i>Panadería Trigo de Oro:</i>	pasta de maní, dulce de mora y fresa

3.8.3 Principales competidores

Los principales competidores son pequeños productores que están ubicados en el mismo mercado local y ofertan productos similares, a precios bajos y su distribución lo hace a nivel nacional. Solo uno de ellos cuenta con un producto de calidad y tiene mayores consumidores. La oferta queda definida así:

Cuadro N° 30

Oferta de dulces en el Cantón Otavalo al año 2012

Principales Oferentes	Ubicación	Oferta mensual	Oferta anual	Cantidad Unidades anual
Restaurant Hierba Buena	Otavalo	250	3000	1380
Viveres Panamericana	Otavalo	150	1800	2070
Dulces Artesanales	Otavalo	50	600	1725
Panadería Trigo de Oro	Otavalo	125	1500	2760
Total		575	6900	6900

Fuente: Entrevistas realizadas a productores minoritarios

Elaborado: La autora

3.9 Proyección de la Oferta

La oferta se proyectó para cinco años de vida útil del proyecto, a través del modelo de crecimiento exponencial. Se emplea la tasa de crecimiento de la oferta, durante los tres últimos años, según datos históricos sobre el volumen de ventas proporcionadas por los productores artesanales del mercado local.

Cuadro N° 31
Oferta Histórica

Oferta en unidades al Año 2010			
Principales Oferentes	Oferta mensual	Oferta anual	TCA $i=Q_n/Q_{n-1}$
Restaurant Hierba Buena	210	2519	
Viveres Panamericana	126	1511	
Dulces Artesanales	0	0	
Panadería Trigo de Oro	105	1260	
Total	441	5290	
Oferta en unidades al Año 2011			
Principales Oferentes	Oferta mensual	Oferta anual	TCA $i=Q_n/Q_{n-1}$
Restaurant Hierba Buena	223	2670	
Viveres Panamericana	134	1602	
Dulces Artesanales	0	0	
Panadería Trigo de Oro	111	1335	
Total	467	5607	0,06
Oferta en unidades al Año 2012			
Principales Oferentes	Oferta mensual	Oferta anual	TCA $i=Q_n/Q_{n-1}$
Restaurant Hierba Buena	9000	2857	
Viveres Panamericana	10000	1714	
Dulces Artesanales	0	0	
Panadería Trigo de Oro	2000	1429	
Total	21000	6000	0,07
Oferta en unidades al Año 2013			
Principales Oferentes	Oferta mensual	Oferta anual	TCA $i=Q_n/Q_{n-1}$
Restaurant Hierba Buena	250		
Viveres Panamericana	150	3000	
Dulces Artesanales	50	1800	
Panadería Trigo de Oro	125	600	
Total	575	1500	
Subtotal		6900	0,15
Total $\sum i=$			0,28
Total $\sum i/n=$			0,09

Fuente: Investigación directa al productor

Elaboración: La autora

Se determina que la oferta de dulces en el Cantón Otavalo mantiene un ritmo de crecimiento promedio del 1.32% anual.

Dónde:

$$Q_n = Q_o(1+i)^n$$

Q_n = Oferta Futura

Q_o = Oferta inicial

i = Tasa de crecimiento de la actividad comercial

n = Año proyectado

Cuadro N° 32

Oferta Proyectada

OFERTA PROYECTADA		
Año	Oferta Anual	Envase de Vidrio 300gr
2013	6991	6991
2014	7083	7083
2015	7177	7177
2016	7272	7272
2017	7368	7368
TOTAL	35890	35890

Fuente: Entrevistas realizadas a productores minoritarios

Elaborado: La autora

3.10 Balance Oferta Demanda

Al confrontar la oferta y la demanda se determinó que existe demanda insatisfecha, puesto que el volumen ofertado, es menor al grado de requerimiento de la población de consumidores.

Cuadro N° 33

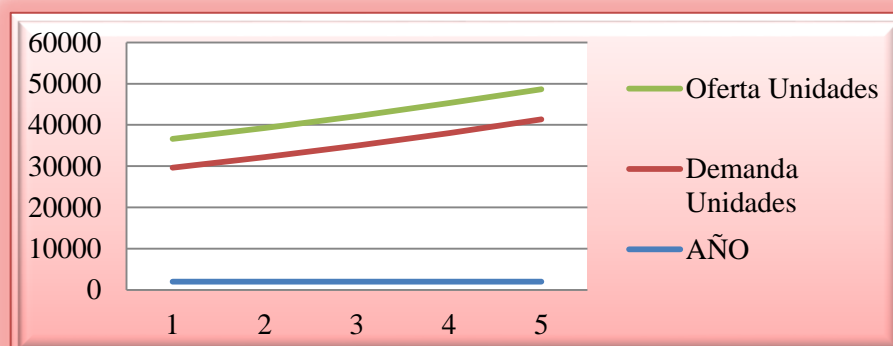
Balance Oferta – Demanda

AÑO	Demanda Unidades	Oferta Unidades	Demanda Insatisfecha unidades
2013	27.637	6.991	20.646
2014	30.180	7.083	23.097
2015	32.957	7.177	25.780
2016	35.989	7.272	28.717
2017	39.300	7.368	31.932
Total	166.063	35.890	130.172

FUENTE: Oferta y Demanda

ELABORACION La Autora

Gráfico N° 27
Oferta – Demanda



3.11 Proyección de Precios

El precio es el elemento más importante, debido a que es el aspecto esencial al momento de ofrecer un producto. La microempresa fijara sus precios en base a la oferta y demanda existente en el mercado, considerando los costos y gastos al momento de producir.

Para proyectar los precios unitarios del dulce artesanal nuestros competidores mantienen un precio bajo, La forma básica de determinación del precio de venta es el costo de producción más el porcentaje de utilidad. Además consideran las condiciones económicas del país, las temporadas de mayor demanda, la reacción de la competencia y el impacto en el consumidor.

Cuadro N° 34

Precio de venta del producto al por menor

Tipo De Presentación	Rest. Hierba Buena	Viv. Paname	Dulces Artesa	Pan. Trigo de Oro	Total	Precio Promedio (\$)
Envase de Vidrio 300gr	5,7	5,6	5,6	5,75	5,66	5,97

ELABORACIÓN: La Autora

La proyección de los precios se efectuó en base a la tasa promedio anual de inflación en base a los publicados en el Banco Central del Ecuador al termino del año 2013

es el 4,77% anual, es necesario indicar que este precio estará sujeto a las condiciones del mercado.

Cuadro N° 35

Proyección del Precio al por menor del dulce al año 2012-2017

AÑO	ENVASE DE VIDRIO 300GR
2013	5,97
2014	6,25
2015	6,55
2016	6,86
2017	7,19
Total	

FUENTE: INEC, inflación

ELABORACIÓN: La Autora

3.12 Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto

3.12.1 Canales de distribución

La microempresa buscara llegar a los consumidores en las siguientes formas de distribución:

a. Forma directa.

El producto se comercializara directamente en los mercados, así la microempresa podrá posesionarse en una forma acelerada, Este distribución se lo hará de manera directa para cada uno de sus consumidores.

b. Forma indirecta

La venta a intermediarios es una forma antigua de comercializar y que debemos potenciarla a favor de nuestra pequeña empresa y de paso promocionar nuestros productos, apoyando con camisetas que promocionen nuestra marca que serán el puente entre el consumidor y nosotros.

3.12.2 Promoción

La buena imagen de un nuevo producto se logra a través de su presentación, que se expresa mediante el diseño de volantes, los mismos que identificarán a la Microempresa y por ende al producto que se están ofertando y promocionando.

Gráfico N° 8 Publicidad para la prensa



3.13 Conclusión del estudio de mercado.

Al término de este estudio se puede determinar que según los datos recolectados hay una gran demanda del producto, que no ha sido cubierta por la oferta que existe en el sector. La importancia de este estudio es determinar la oportunidad que nos significa la demanda insatisfecha para producir el producto.

El producto objeto del presente proyecto es el dulce a base de fréjol con leche siendo un producto natural y nutritivo con lo cual se obtienen un producto con valor agregado y único. La demanda actual de dulce de fréjol en El Barrio Punyaro, se determinó considerando el consumo de 1.406 consumidores, que mantienen una frecuencia de compra mensual, es decir dieciocho unidades de dulce al año, existiendo el requerimiento por lo tanto de 25.309 unidades al año 2012.

La proyección de la demanda se realizó para cinco años de vida útil del proyecto en el que se enfrentará diferentes escenarios, se empleó el modelo de crecimiento

exponencial; obteniendo que al cabo de los cinco años es decir al 2017, exista una población de 126.545 con una demanda estimada de 39300

También podemos decir que hoy en la actualidad existen políticas de gobierno que beneficia a los pequeños productores, existe ayuda seccional de gobierno, solo hay que saber aprovechar cada una de las oportunidades que se nos presenta para tener éxito en el mercado que queremos incursionar.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio técnico permite la identificación de requerimientos y componentes técnicos para implementar la Empresa, señalando cuáles son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución espacial, es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

Gráfico N° 29

Interrogantes del Estudio Técnico.



Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

4.1 Localización del Proyecto

4.1.1 Macro localización

De acuerdo al diagnóstico realizado se dice que este proyecto que se llevara a cabo esta ubicado en la Región Norte de la ciudad, provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Parroquia de San Luis, es una región que por la diversidad de riquezas naturales, culturales y étnicas así como por el comercio de artesanías nacional e

internacional, se ha transformado en un gran centro turístico y comercial del país, la misma que cuenta con el espacio físico adecuado y necesario para llevar a cabo este proyecto, además se cuenta con vías de acceso de segundo orden siendo empedrado, para lo cual la propuesta del proyecto estará encaminada, hacia la población que requiera este nuevo servicio.

Dentro de los factores más importante se ha tomado para la selección del lugar es:

- Por ser un sitio cercano hacia lugares de turismo
- Existe el suficiente apoyo para la implementación de esta microempresa de producto
- Cuenta con un gran espacio físico adecuado, para el funcionamiento y para las instalaciones

De manera secundaria se encuentran: la disponibilidad de mano de obra y la infraestructura física y de servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, servicios públicos

Gráfico N° 30

Mapa Geográfico de Imbabura



FUENTE: Gobierno Municipal de Otavalo

ELABORACIÓN: la autora

4.1.2. Micro localización

El proyecto a desarrollarse se encontrará ubicado al norte de la ciudad de Otavalo, el sitio específico de ubicación se ubica en el sector Valle del Tambo, frente de la antigua tejería, camino principal a las lagunas de Mojanda, principal arteria vial para dicho centro turístico de atracción de la ciudad de Otavalo ya que teniendo como referente a los sitios de mayor afluencia turística, el barrio cuenta con una carretera empedrada, servicios básico (agua, luz, teléfono, e Internet) y transporte público para su adecuada movilización. Lo cual permitirá la fácil venta del producto, para lo cual se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos.

4.1.2.1 Medios de Transporte

El barrio cuenta con varias vías de acceso de segundo orden, lo que permite la ubicación y tránsito a clientes y vehículos que necesiten adquirir y saborear de nuestro producto

4.1.2.2 Costos y Disponibilidad de Mano de Obra

La Microempresa contará con mano de obra directa e indirecta y su remuneración será acorde a las Leyes vigentes.

4.1.2.3 Infraestructura

El local contará con línea telefónica y un espacio amplio para dar a conocer el producto y en un posible tiempo sus derivado

Gráfico N° 31

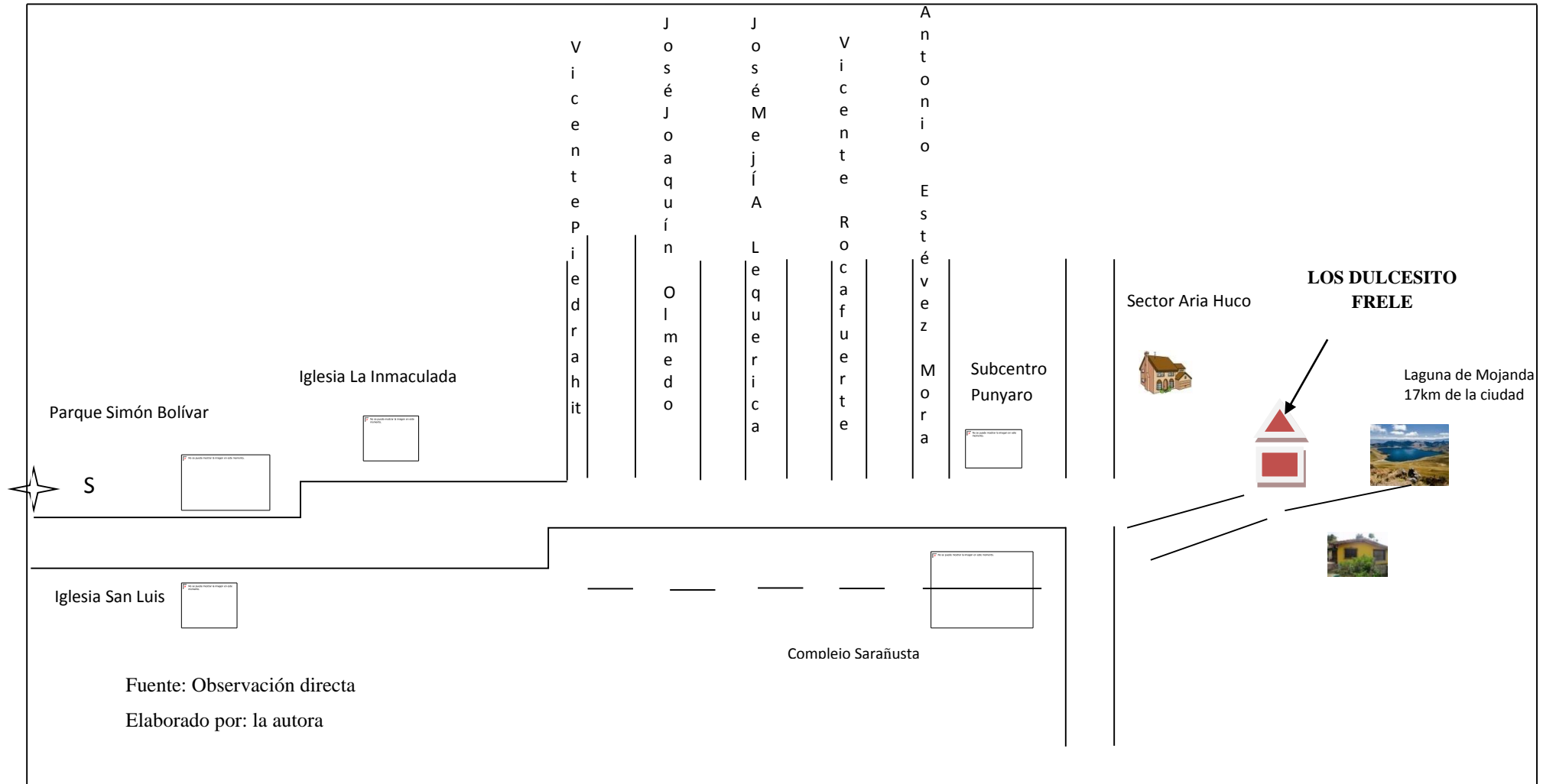
Mapa de la Parroquia San Luis



FUENTE: www.monografias.com Gobierno Municipal Otavalo

Es importante presentar como parte del estudio el croquis exacto del lugar donde va a funcionar el proyecto, resaltando las principales avenidas y calles con el detalle exacto del lugar donde se ubicará la Microempresa

Gráfico N° 32 Ubicación de la Microempresa



4.1.2.4. Matriz de Factores

Para el diseño de la matriz de factores y la priorización de factores y ponderación se toma en cuenta la afluencia y la cercanía de las personas para acudir adquirir el servicio los habitantes de las parroquias

Se toma las zonas más cercanas para resaltar las características. Cada uno de los factores es calificado sobre 100 puntos, a continuación se demuestra en el cuadro los resultados correspondientes:

Paso1.- Selección de factores

- Clima
- Disponibilidad de terreno
- Costo del terreno
- Agua
- Infraestructura básica
- Mercado meta
- Comportamiento de la Competencia
- Mano de obra
- Manejo de desechos
- Proveedores
- Canales de distribución
- Transporte
- Zonas pobladas
- Cercanía a carreteras
- Seguridad privada
- Recursos energéticos
- Tipo y tamaño del mercado
- Ordenanzas municipales
- Impuestos
- Ubicación comercial
- Cultura de consumo

Paso 2.- Lugares elegibles

- Parroquia San Luis(A)
- Valle del Tambo (B)
- Sector Arias Huco (C)

Pasó 3.- Definición de la matriz básica

Cuadro N° 36

Matriz Básica

FACTORES	A	B	C
Clima	80	70	70
Disponibilidad de terreno	50	70	80
Costo del terreno	80	70	50
Agua	80	80	80
Infraestructura básica	80	50	40
Mercado meta	60	60	60
Comportamiento de la Competencia	60	50	40
Mano de obra	50	70	70
Manejo de desechos	70	50	50
Proveedores	80	60	60
Canales de distribución	70	50	50
Transporte	90	70	60
Zonas pobladas	90	70	60
Cercanía a carreteras	80	80	70
Seguridad privada	80	60	60
Recursos energéticos	80	70	70
Tipo y tamaño del mercado	50	40	50
Ordenanzas municipales	80	80	80
Impuestos	70	60	50
Ubicación comercial	80	70	50
Cultura de consumo	80	70	40
TOTAL FINAL	1540	1350	1240

Cuadro N° 37
Priorización de factores y ponderación

FACTORES	Tasa Pond.	A	B	C
Clima	5%	4	4	4
Disponibilidad de terreno	3%	2	4	4
Costo del terreno	5%	4	4	3
Agua	5%	4	4	4
Infraestructura básica	5%	4	3	2
Mercado meta	4%	2	3	3
Comportamiento de la Competencia	4%	2	3	2
Mano de obra	3%	2	4	4
Manejo de desechos	5%	4	3	3
Proveedores	5%	4	3	3
Canales de distribución	5%	4	3	3
Transporte	6%	5	4	3
Zonas pobladas	6%	5	4	3
Cercanía a carreteras	5%	4	4	4
Seguridad privada	5%	4	3	3
Recursos energéticos	5%	4	4	4
Tipo y tamaño del mercado	3%	2	2	3
Ordenanzas municipales	5%	4	4	4
Impuestos	5%	4	3	3
Ubicación comercial	5%	4	4	3
Cultura de consumo	5%	4	4	2
TOTALES PONDERADOS	100%	75	72	62

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: la autora

De acuerdo con la elaboración del cuadro de priorización de factores y ponderación se considera como mejor opción la a que corresponde a la parroquia de San Luis

por ser la que cumple con mejores condiciones para la implementación del nuevo servicio

4.1.1.1 Capacidad Productiva del Proyecto

En la microempresa los mejores rendimientos en su producción serán el resultado de la eficiente práctica productiva artesanal y tecnológica, también son importantes aspectos como: la buena calidad de materia prima con la que cuente, un excelente recurso humano, un adecuado control productivo, oportuno manejo de estrategias de mercadeo e innovación de proceso o producto. La microempresa estará asesorada permanentemente de un técnico en alimentos el cual será el encargado de cuidar la calidad del producto y maximizar los rendimientos.

Según el tamaño del proyecto y la capacidad productiva la cual se relaciona directamente con el buen funcionamiento del proceso productivo y la eficiencia del recurso humano. Donde la tecnología sea óptima y acorde al proceso productivo y que ayude a optimizarlo, para reducir costos, con un rendimiento óptimo del 100%.

4.1.1.2 Determinación de la Capacidad del Proyecto

Para determinar la capacidad del proyecto se parte del planteamiento de los siguientes:

Objetivos de Crecimiento: Los objetivos de crecimiento tiene mucha importancia, ya que muestra como se va a comportar el proyecto en el futuro, a partir de la captación de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 38
Capacidad Productiva

Años	Demanda Insatisfecha	Producción de la Microempresa	Porcentaje de Captación
2013	20646	7226	35%
2014	23097	10394	45%
2015	25780	14179	55%
2016	28717	18666	65%
2017	31932	23949	75%

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: la autora

Cuadro N° 39
Capacidad productiva envase de vidrio 300gr

AÑO	Demanda Unidades	Oferta Unidades	Demanda Insatisfecha unidades
2013	27.637,50	6991	20646
2014	30.180,15	7083	23097
2015	32.956,72	7177	25780
2016	35.988,74	7272	28717
2017	39.299,71	7368	31932
Total	166063	28899	109526

ELABORADO POR: La Autora

B. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.2 Distribución de la Planta

El siguiente mapa muestra una aproximación de la distribución que adoptarían todos los activos fijos y equipo de oficina dentro del área que pertenece a la Microempresa

4.2.1 Requerimiento de infraestructura Civil

Es importante indicar que va contener las diferentes aéreas con que va estar formada la microempresa para tener claro los requerimientos para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

- Área de Contabilidad

- Área de Gerencia
- Bodegas
- ✓ Leche
- ✓ Fréjol
- Área de producción
- Baño
- Área de parqueo
- Área de Comercialización
- Vestíbulo

4.2.2 Terrenos

El total de las instalaciones, construcciones y área de servicios de la pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado se distribuirá en 125 m², de los cuáles el área administrativa estará asignado 24 m²; área de servicio será designado un 21 m²; para el área de producción tendrá un área de 40 m²; para baño 15 m² y el resto del terreno se asignará para parqueadero y vestíbulo de la pequeña empresa para descargar la materia prima y cargar el producto terminado y nuestros clientes tengan la seguridad de llegar con confianza y adquirir el producto sin apuro alguno.

Cuadro N° 40

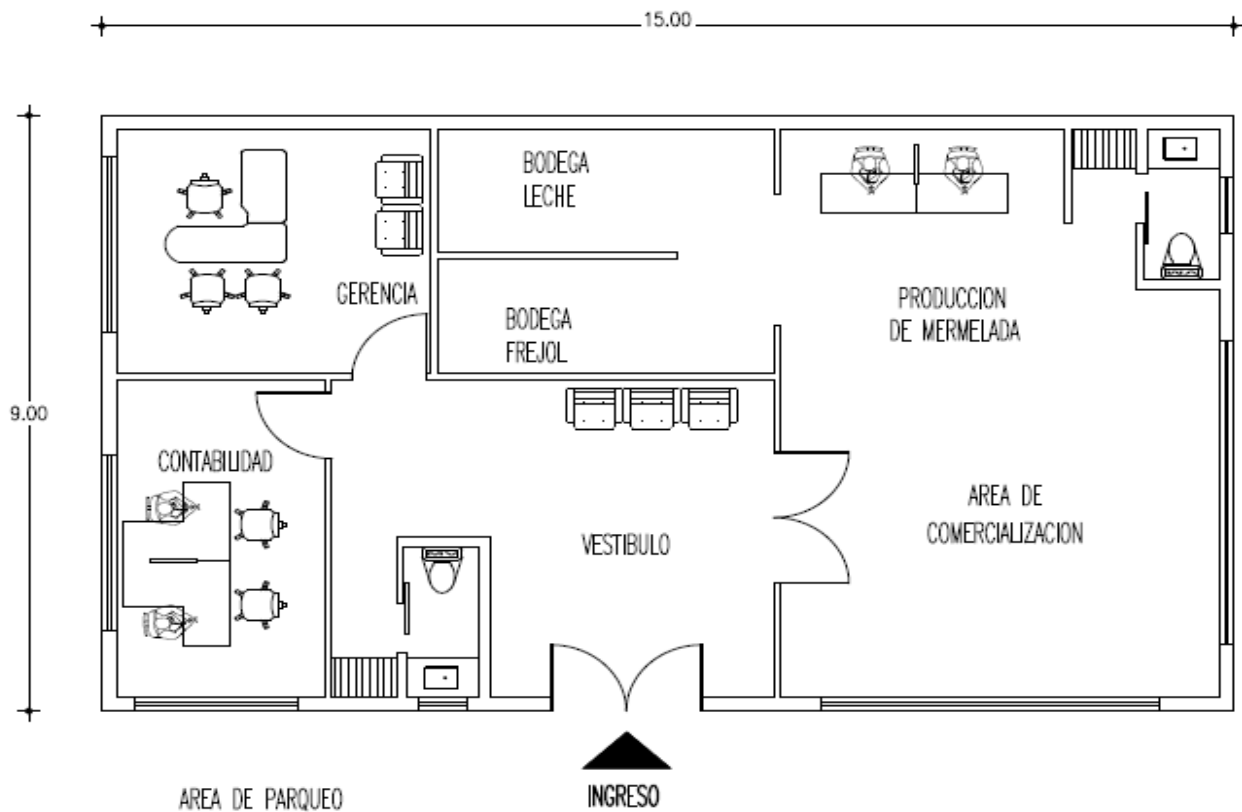
Requerimiento de Terreno

DESCRIPCION	CANTIDAD
TERRENO	125 m ²
Gerencia	12m ²
Contabilidad	12m ²
Bodegas	25m ²
Producción	40m ²
Comercialización	21m ²
Vestíbulo	15m ²

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: la autora

Gráfico N° 33
Distribución de la Microempresa



PLANTA ARQUITECTONICA

ESC _____ 1:100

Fuente: Arq. Verónica Velásquez Aguirre

Terreno

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportará como inversión propia un terreno, con extensión 125m². El costo del terreno en el mercado es 875 dólares

Cuadro N° 41
Descripción del Terreno

Detalle	Cantidad en m ²	valor por m ²	total
Terreno	125,00	7.00	875,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

4.3 Construcción y Adecuaciones

4.3.1 Edificio

Para la correcta construcción de la microempresa se cuenta con el asesoramiento de un Ingeniero Civil, el mismo que recomienda y sugiere que es lo mejor para

Para la construcción se cuenta con el asesoramiento de un experto en la materia como es un Ingeniero Civil, el mismo que brinda sugerencias y recomendaciones en la construcción de los respectivos planos y distribución de las áreas de acuerdo a los requerimientos.

4.3.1.1 Estructura

La construcción civil será de hormigón armado, basado en columnas adecuadas y localizadas de forma que permitan como soporte estructural adecuado.

4.3.1.2 Pisos

Como es una microempresa productora de alimentos, los pisos deben estar acorde a los requisitos establecidos por el Reglamento de Alimentos que en su Art. 57 literal f), manifiesta “Los pisos de las diferentes áreas serán construidos con materiales resistentes que cumplan con las siguientes características; lisos, impermeables lavables, no resbaladizos, con pendiente mínima del 2% que permita un buen drenaje hacia los sifones de desagüe, que se conserven en buen estado de mantenimiento e higiene.” Por lo que se establece que los pisos serán de baldosas.

4.3.1.3 Paredes

Para esta parte también se tomara en cuenta lo que establece el Reglamento de Alimentos en su literal h) “Las paredes serán de material impermeable, no poroso, lavable, lisas y pintadas de color claro, revestidas con material de superficie vítrea hasta la altura de 1.80 metros cuando el proceso lo requiera. Las uniones entre las paredes y el piso, y entre las paredes y el techo, deberán ser redondeadas” y recubierta con pintura atóxica para alimentos.

4.4 Requerimiento del personal

Cuadro N° 42

Personal

PERSONAL	CANT.
Gerente	1
Jefe de Produccion	1
Ayudante de Produccion	1
Cajera	1
TOTAL	4

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Los días y el horario de trabajo para todo el personal de la Microempresa, a excepción del guardia de seguridad son:

De lunes a viernes

De 10:00 a.m. a 13:00 p.m. y de 14:00 p.m. Hasta 19:00 p.m. Todo el personal podrá ocupar una hora para el almuerzo.

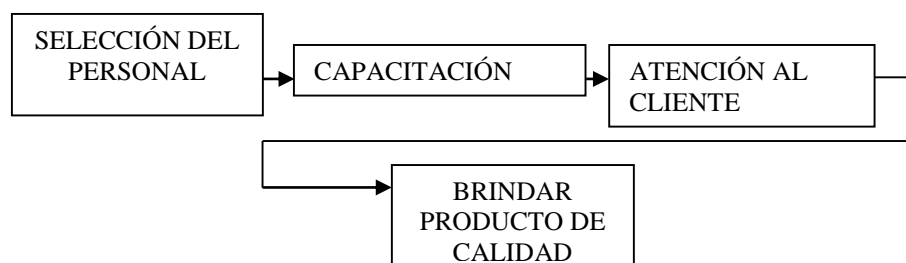
El personal que conforma el proceso de producción laborará 8 horas diarias.

4.4.1 Diagrama de Operación

Con la utilización del diagrama de bloque sintetizará en forma secuencial los procesos a seguir en la prestación del producto.

Cuadro N° 43

Diagrama del prestación del Producto

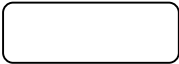
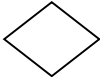

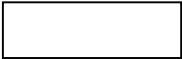
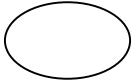
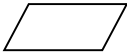



Elaborado por: la Autora

4.4.2 Diagrama de Procesos

Para los diagramas de procesos se presentará con la siguiente simbología

Cuadro N° 44
Simbología para Flujograma

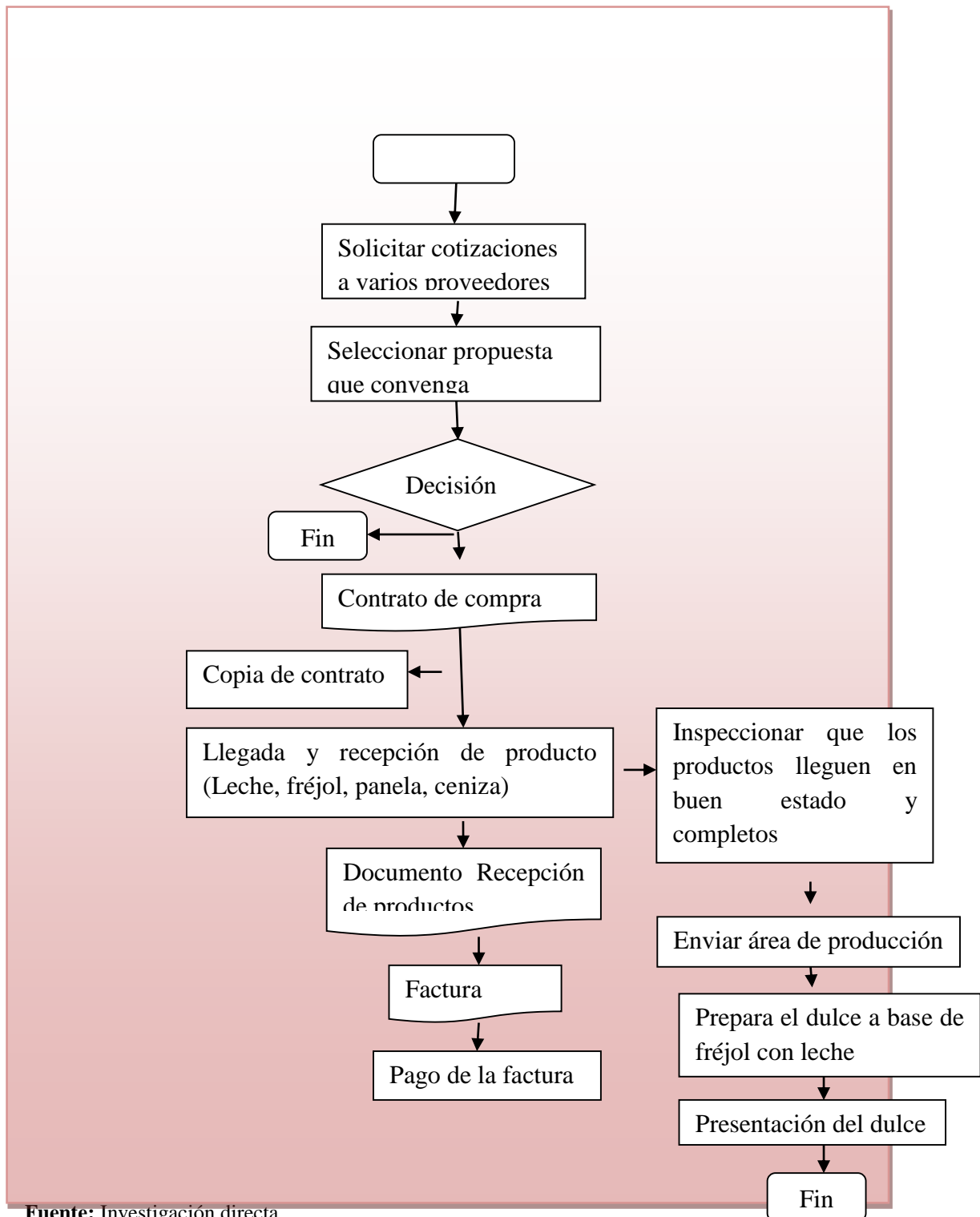
SIMBOLOGIA	DESCRIPCION
	Inicio o Finalización
	Alternativa de decisión
	Documento o Archivo
	Procedimientos
	Conector dentro de página
	Verificación
	Conexión de procesos

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: la autora

4.4.3 Proceso para dar a conocer el producto

Cuadro N° 45
Adquisición de Materia Prima



Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

4.5 Propuesta de Comercialización

Según el propósito de la Microempresa a continuación se detalla las estrategias a seguir:

4.5.1 Plaza

La Microempresa estará ubicada en un sector estratégico, el cual nos permitirá abarcar un número mayor de clientes.

Las instalaciones contarán con buena distribución, de tal manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar a la misma. El establecimiento estará decorado de manera que llame la atención a los clientes y sea un lugar limpio y ordenado en toda instancia.

4.5.2 Producto

El producto será de excelente calidad, teniendo éste un valor agregado, tanto su sabor como su presentación.

Existirá un mejoramiento continuo que permita mayor acogida en el mercado, el avance tecnológico colaborará para este propósito.

4.5.3 Precio

Se mantendrán estructurados los costos; a los que agregándole un porcentaje de utilidad, dará como resultado el precio final.

El precio será módico si se compara con el producto que va a recibir el cliente, lo que permitirá obtener un mayor posicionamiento en el mercado.

4.5.4 Promoción

Se diseñarán campañas especiales de publicidad para el momento de la inauguración de la Microempresa a través de los medios de comunicación (radio, prensa) de la localidad.

4.6 Inversiones Fijas

4.6.1 Construcciones de áreas y espacios y Adecuaciones

De acuerdo a la información proporcionada por el Ingeniero Civil, se puede determinar que la Microempresa para emprender su actividad económica, incluidas construcciones y los debidos acabados tendrá un costo de \$ 31.000; ya que es una infraestructura que no necesitara muchas divisiones y de espacio amplio y su cotización se realizó en base a materiales de excelente calidad.

Cuadro N° 46

Valor de construcciones y adecuaciones

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Construcción	7.640,000
TOTAL	7.640,000

FUENTE: Investigación Directa y asesoramiento del Ingeniero Civil

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.2 Muebles y Equipo de Oficina

La microempresa para su debido funcionamiento cuenta con el siguiente equipo de computación y muebles de oficina

Cuadro N° 47

Muebles y Equipo de Oficina

N°	DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Escritorio	3	110,00	330,00
2	Archivadores	3	75,00	225,00
3	Teléfono Inalámbrico	2	35,00	70,00
4	Silla para Caja	2	14,00	28,00
5	Televisor LCD	1	356,84	356,84
7	Impresora scanner	1	75,00	75,00
8	Flash memory	2	8,00	16,00
	TOTAL			1.100,84
	IMPREVISTOS 10%			110,08
	TOTAL			1.210,92

FUENTE: Investigación Directa y cotizaciones

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.3 Equipo de Computación

Para el buen funcionamiento de la microempresa productora y comercializadora pequeña empresa se adquirirá equipo de computación, con todos sus accesorios en cuánto al paquete contable no se adquirirá debido a que el Gobierno a través del Ministerio de Industrias y Productividad está proporcionando un paquete contable gratuito. A continuación se muestra en el siguiente cuadro el costo de adquisición y la cantidad que será requerido en cada área.

Cuadro N° 48

Equipo de Computación

DESCRIPCIÓN	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL
Computadora hp 18-5011	1	1150,99	1150,99
TOTAL			1150,99

FUENTE: Cotización Comandato

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.4 Muebles y Enseres para el área de producción

Para la implementación del proyecto y el buen funcionamiento de la pequeña empresa se adquirirá muebles y enseres acordes a las necesidades de la producción a realizarse.

Cuadro N° 49

Muebles y Enseres

	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesa de trabajo en acero inoxidable	1	630	630
Percha grande en acero inoxidable	1	210	210
Olla de acero inoxidable 60 ltrs.	2	160	320
Licuada	2	57	114
Vitrinas	2	180	360
Paletas de palo grandes	4	4,5	18
Carretillas de acero	2	75	150
Cocina industrial	2	120	240
Refrigeradora	1	422,39	422,39
Aire acondicionado	2	60	120
Instrumentos de cocina	1	250	250
Extintor 5lts	2	25	50
Cilindros de gas industrial	2	35	70
TOTAL			2954,39

FUENTE: Investigación Directa y cotizaciones

ELABORACIÓN: La Autora

4.6.5 Resumen de Inversiones Fijas

Cuadro N° 50
Resumen Inversión Fija

DETALLE	VALOR
Adecuaciones y construcción	7.640,00
Terreno	875,00
Muebles y equipo de oficina	1.210,92
Equipo informático	1.150,99
Muebles y Enseres de la fabrica	2.914,39
TOTAL	13.791,30

FUENTE: Cuadros Estadísticos de Inversiones Fijas

ELABORACIÓN: La Autora

4.7 Inversiones variables

4.7.1 Requerimiento de Personal

Se considera en esta etapa a todos los recursos que la nueva empresa, o proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta que serán necesarios para el proceso que se plantea a ejecutar.

En el siguiente cuadro se detalla al personal que laborara en la pequeña empresa, los sueldos están planteados de acuerdo a lo establecido por el gobierno a través del Ministerio de Relaciones Laborales y consta en la tabla de incremento salarial para transformación de alimentos (confitería); son valores bajos, pero a medida que se poseione la pequeña empresa se incrementaran basándose en el desempeño de cada empleado. En la tabla sectorial este tipo de pequeña empresa dedicada a la producción de dulce a base de fréjol con leche está considerado como Confitería.

Cuadro N° 51

Resumen de remuneraciones al personal

PERSONAL	CANT.	SUELDO UNITARIO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente Administrativo	1	432,22	432,22	5.186,64
Jefe de Producción	1	321,72	321,72	3.860,64
Ayudante de Producción	1	318,00	318,00	3.816,00
Cajera	1	318,00	318,00	3.816,00
TOTAL	4		1.389,94	7632,00

FUENTE: Laborales

ELABORACIÓN: La Autora

4.7.2 Suministros, Servicios Básicos y Publicidad

Cuadro N° 52

Suministros

DESCRIPCIÓN	Q	PRECIO UNITARIO	TOTAL	AÑO
Tinta para impresora	2	8,00	16,00	192,00
Papelera	3	4,99	14,97	179,64
Grapadora	2	2,00	4,00	48,00
Resmas de papel	2	3,50	7,00	84,00
Esferográfico	12	0,20	2,40	28,80
Calculadora	2	12,00	8,00	96,00
Perforadora	2	3,50	8,00	96,00
Carpetas	7	0,20	1,40	16,80
Cuadernos	4	0,80	3,20	38,40
TOTAL			48,97	779,64

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 53
Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Energía Eléctrica	12.00	144.00
Servicio Telefónico	15.00	180.00
Internet	20.00	240.00
TOTAL		564.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 54
Publicidad

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Radio Satélite	20	240
Hojas volantes	20	240
Prensa escrita 4 días	32	384
TOTAL	72	480

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Anteriormente se presente los costos de cada uno en cuanto se trata de gastos propios de la microempresa, que están basados en cotizaciones

Cuadro N° 55
Determinación de Producción

DESCRIPCIÓN	KILO	PORCEN	
Fréjol	40	30%	Envase de Vidrio 300gr
Panela	40	25%	
Leche	40	27%	
Ceniza	10	15%	
Envase	5	4%	
TOTAL	135	100%	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 56

Determinación de precio de materia prima directa

Descripción	Und	Precio	Cantidad Mensual kg	Cantidad Anual kg	Valor Mensual \$	Cant. Anual
Fréjol	kg	1,40	25	300	35,00	420,00
Panela	kg	0,23	25	300	5,75	69,00
Leche	Ltr.	0,60	12	144	7,20	86,40
Ceniza	kg	1,10	8	96	8,80	105,60
Envase	unid	0,30	602	7.226	180,60	2.167,2
TOTAL			672	8066	237,35	2848,2

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

4.7.3 Adquisición de Materia Prima

Para la adquisición de materia prima se la realizará con los proveedores que directamente van a dejar en el pueblo y en la actualidad tiene un costo de \$ 1.40 y la cantidad de materia prima adquirir esta realizado de acuerdo a la demanda que vamos a cubrir y a la preferencia de consumo.

Cuadro N° 57

Cantidad de materia prima para dulce a Base de fréjol

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Envase de vidrio 300gr	846	1158	1370	1896	2175	2648
Sachet 100gr	830	1135	1341	1855	2126	2586
TOTAL	1676	2292	2711	3751	4301	5234

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los datos anteriores reflejan la cantidad de materia prima que será requerida para la elaboración del producto y poder cubrir con la producción que se pretende cubrir la demanda.

Cuadro N° 58
Costo de Materia Prima

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
DEMANDA					
Envase de Vidrio 300gr	7.226	10.394	14.179	18.666	23.949
COSTO					
Envase de Vidrio 300gr	2.848	2.984	3.126	3.276	3.432
Costo Total Materia Prima	2.848	2.984	3.126	3.276	3.432

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

4.7.3.1 Resumen de las Inversiones Variables

Cuadro N° 59
Inversiones Variables

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	TOTAL AÑO
MPD		
Fréjol	35,00	420,00
Panela	5,75	69,00
Ceniza	8,80	105,60
Leche	7,20	86,40
Envase	180,60	2.167,20
MOD		
Sueldos	639,72	7.676,64
Aporte patronal IESS (12.15%)	77,73	932,71
GGF		
Energía Eléctrica	30,00	360,00
Gas Industrial	30,00	360,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Teléfono e internet	25,00	300,00
Suministros	3,20	38,40
Gasto sueldo	750,22	9.002,64
Aporte patronal IESS (12.15%)	91,15	1.093,82
GASTO DE VENTAS		
Gasto Publicidad	72,00	864,00
TOTAL	1.956,37	23.476,41

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

4.8 Inversiones Diferidas

Los Gastos para la implementación de la Microempresa o la elaboración del proyecto de factibilidad tenemos los siguientes.

Cuadro N° 60
Inversiones Diferidas

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
Gastos de Constitución		541,97
Registro Único de Contribuyentes	5,00	
Permiso de bomberos	10,00	
Permiso de Salud	62,70	
Registro Sanitario	180,00	
Ordenanza Municipal	34,27	
Diseño Arquitectónico	250,00	
Estudio de Factibilidad		900,00
TOTAL		1441,97

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

4.8.1 Resumen de Inversiones Requeridas

Para empezar un nuevo emprendimiento económico la microempresa productora y comercializadora del dulce a base de fréjol con leche se requerirá una inversión de 38.709,69USD en el cual el propietario de la microempresa aporta con el 40% y el resto de parte de una Institución Financiera Publica.

Cuadro N° 61
Estructura le la Inversión

DESCRIPCIÓN	MONTO	%	FINANCIAMIENTO	K PROPIO
Inversión Fija	13.791,30	35,63%	8.274,78	5.516,52
Inversión Variable	23.476,41	60,65%	14.085,85	9.390,57
Inversión Diferida	1.441,97	3,73%	865,18	576,79
TOTAL	38.709,69		23.225,81	15.483,87
Variación	100%	100,0%	60%	40%

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

En éste capítulo se realizará un análisis minucioso del capital necesario, con la finalidad de conocer la rentabilidad, soluciones y alternativas de la implementación de una microempresa, también se definirá la forma y la fuente de financiamiento que permita la implementación del nuevo proyecto. Además se presentan los presupuestos de costos y gastos y los futuros ingresos que se generan a lo largo de su vida útil o periodo de evaluación, como también los estados financieros proyectados, los cuales permiten conocer los flujos de efectivo, en base de los cuales aplicamos la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que nos permiten conocer la viabilidad del proyecto.

5.1 Inversiones

Es el dinero destinado para la adquisición de bienes que requieren una empresa para poder operar. En este proyecto se invirtió para la adquisición de activos fijos, activos diferidos, los cuales son necesarios para dar inicio a la operación de la microempresa productora de dulce.

5.1.1 Activos Fijos

Los activos se los puede diferenciar según su tipo: activos fijos depreciable y no depreciable. Los activo no depreciables son los que no están sujetos a depreciación, ya que no pierden valor con el pasar del tiempo, mas bien suele incrementar su avalúo, mientras que los activos depreciables se deprecian por su uso y por el tiempo, puesto pierden valor comercial.

Cuadro N° 62**Activos Fijos**

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL (AÑOS)	VALOR DEP. ANUAL
Terreno	875,00		
Adecuaciones y Construcción	7.640,00	20	382,00
Muebles y Equipo de Oficina	1.210,92	10	121,09
Muebles y Enseres	2.914,39	10	291,44
Equipo de Computación	1.150,99	3	383,66
TOTAL INVERSION FIJA	13791,30		1178,19
	4		

FUENTE: Investigación Directa

5.2 Ingresos

Los ingresos del proyecto están representados por la venta de dulce a base de frejol con leche en unidades pronosticados en el capítulo del estudio de mercado y técnico.

5.2.1 Proyección de Ingresos

Para la proyección de los ingresos se tomó como base el estudio de mercado, como también sus precios que se establecieron en base a los costos y gastos más un margen de utilidad estos crecen al ritmo de la inflación del 4,77%

Cuadro N° 63**Proyección de Ingresos**

PRESENTACIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Envase de vidrio 300gr	43134,85	65000,48	92903,63	128138,9 0	172247,28
Total Ventas Proyectadas	43134,85	65000,48	92903,63	128138,9 0	172247,28

FUENTE: Estudio de Mercado y técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.1.1 Determinación del precio del producto

Para la estimación del precio se ha considerado como principal factor los costos y gastos operativos, que están reflejados en los costos totales que son la suma de los costos fijos y variables y además un margen de utilidad

$$\text{Costo fijo Unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Demanda Captada}}$$

$$\text{Costo fijo Unitario} = \frac{22.551}{7.226}$$

$$\text{Costo fijo Unitario} = 3.12$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Demanda Captada}}$$

$$\text{Costo fijo Unitario} = \frac{13.697}{7.226}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = 1.90$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \text{Cfu} + \text{Cvu} + \% \text{Ctu}$$

Donde:

Cfu: Costo Fijo unitario

Cvu: Costo Variable Unitario

%Ctu: Porcentaje Impuesto + Margen de Utilidad

Cfu+CVU+19%Ctu

$$\text{Cfu} + \text{Cvu} + 19\% \text{Ctu} = 5.97$$

5.3 Egresos

Los egresos corresponden a los desembolsos que tiene que realizar la empresa para el normal funcionamiento de la producción y comercialización de carne de pato, las proyección en lo referente al precio se encuentra en base a la inflación del año 2013 que es del 4.77%, y la cantidad en función a las necesidades de producción, excepto el talento humano que está proyectado con el 9,9% según el índice de crecimiento del sueldo básico de los últimos cinco años.

5.3.1 Costos de Producción

5.3.1.1 Materia Prima

Cuadro N° 64

Materia Prima

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Fréjol	420,00	440,03	461,02	483,01	506,05
Panela	69,00	72,29	75,74	79,35	83,14
Leche	86,40	90,52	94,84	99,36	104,10
Ceniza	105,60	110,64	115,91	121,44	127,24
Envase	2.167,20	2.270,58	2.378,88	2.492,35	2.611,24
TOTAL	2.848,20	2.984,06	3.126,40	3.275,53	3.431,77

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

5.3.1.2 Mano de Obra Directa

Se encuentra el talento humano que está relacionado directamente con la producción del

Cuadro N° 65

Proyección de Sueldos y Beneficios de ley

DESC.	2013	2014	2015	2016	2017
S.B.U.	7.676,64	8.042,82	8.426,46	8.828,40	9.249,51
Aporte Patronal 12.15%	932,71	977,20	1.023,81	1.072,65	1.123,82
Fondos de Reserva	31,99	33,51	35,11	36,79	38,54
Décimo Tercer Sueldo	639,72	670,23	702,20	735,70	770,79
Décimo Cuarto Sueldo	636,00	666,34	698,12	731,42	766,31
Vacaciones	319,86	335,12	351,10	367,85	385,40
TOTAL	10.236,92	10.725,22	11.236,81	11.772,81	12.334,37

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADO POR: La autora

5.3.1.3 Gastos Generales de Fabricación

Los gastos generales son los materiales que se utiliza indirectamente para el término de la producción de un producto.

Cuadro N° 66

Depreciación de Activos de Producción

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	2.914,39	10 Años	291,44	291,44	291,44	291,44	291,44
TOTAL	2.914,39		291,44	291,44	291,44	291,44	291,44

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADO POR: La autora

Cuadro N° 67

Proyección de Gastos Generales de Fabricación

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Energía Eléctrica	252,00	262,48	273,40	284,78	296,62
Gas Industrial	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Depreciación	291,44	291,44	291,44	291,44	291,44
Total	903,44	928,90	955,42	983,04	1.011,81

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.3.1.4 Resumen de Costos Productivos

A continuación se presenta el resumen de las inversiones que se realizara para el área de producción.

Cuadro N° 68
Proyección e Costos Productivos

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
MPD					
Frejol	420,00	440,03	461,02	483,01	506,05
Panela	69,00	72,29	75,74	79,35	83,14
Leche	86,40	90,52	2.378,88	2.492,35	2.611,24
Ceniza	105,60	110,64	3.126,40	3.275,53	3.431,77
Envase	2.167,20	2.270,58	2.378,88	2.492,35	2.611,24
MOD					
Mano de Obra	7.676,64	8.042,82	8.426,46	8.828,40	9.249,51
Aporte Patronal Iess 12.15%	932,71	977,20	1.023,81	1.072,65	1.123,82
Décimo Tercer Sueldo	31,99	33,51	35,11	36,79	38,54
Décimo Cuarto Sueldo	639,72	670,23	702,20	735,70	770,79
Fondo de Reserva	636,00	666,34	698,12	731,42	766,31
Vacaciones	319,86	335,12	351,10	367,85	385,40
GGF					
Energía Eléctrica	252,00	262,48	273,40	284,78	296,62
Gas Industrial	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Depreciación	291,44	291,44	291,44	291,44	291,44
TOTAL	13.988,56	14.638,18	20.613,15	21.578,45	22.589,62

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.3.2 Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se encuentran: sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación, estos crecen al ritmo de la inflación.

5.3.2.1 Sueldos al personal Administrativo

Cuadro N° 69
Salario Básico Unificado

Personal	Q	S.B.U	Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondos De Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal 12.15%
Gerente	1	432,22	5.186,64	432,22	318,00	432,22	216,11	630,18
TOTAL		432,22	5.186,64	432,22	318,00	432,22	216,11	630,18

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 70

Proyección de Gastos Personal Administrativos

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
R.B.U.	5.186,64	5.434,04	5.693,25	5.964,81	6.249,34
Aporte Patronal 12.15%	630,18	660,24	691,73	724,72	759,29
Fondos de Reserva	259,33	271,70	284,66	298,24	312,47
Décimo Tercer Sueldo	432,22	452,84	474,44	497,07	520,78
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	333,17	349,06	365,71	383,16
Vacaciones	216,11	226,42	237,22	248,53	260,39
TOTAL	7.042,48	7.378,40	7.730,35	8.099,09	8.485,42

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.3.2.2 Gastos Generales Administrativos

Cuadro N° 71

Depreciación Anual Administrativo

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Construcción	7.640,00	20 años	382,00	382,00	382,00	382,00	382,00
Equipo de Oficina	1.210,92	10 años	121,09	121,09	121,09	121,09	121,09
Equipo de Computación	1.150,99	3 años	383,66	383,66	383,66		
Total	10.001,91		886,76	886,76	886,76	503,09	503,09

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora

A partir del cuarto año se hará una inversión en nuevos equipos de computación y se va a depreciar y su costo será el del año más la inflación del 4.77%.

Cuadro N° 72

Gastos Generales Administrativos

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
Suministros de Oficina	636,00	662,46	690,02	718,72	748,62
Teléfono e Internet	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62
Depreciación	1.178,19	1.178,19	1.178,19	794,53	794,53
Total	2.534,19	2.590,60	2.649,36	2.326,90	2.390,64

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 73
Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos					
R.B.U	5.186,64	5.434,04	5.693,25	5.964,81	6.249,34
Aporte Patronal 12.15%	630,18	660,24	691,73	724,72	759,29
Fondos De Reserva	259,33	271,70	284,66	298,24	312,47
Décimo Tercer Sueldo	432,22	452,84	474,44	497,07	520,78
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	333,17	349,06	365,71	383,16
Vacaciones	216,11	226,42	237,22	248,53	260,39
Gastos Generales					
Energía Eléctrica	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
Suministros Oficina	959,64	999,56	1.041,14	1.084,45	1.129,57
Teléfono /Internet	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62
Gastos Financieros	4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16
Depreciación	886,76	886,76	886,76	503,09	503,09
Total Gastos	14254,04	14659,84	15084,57	15145,45	15610,7
Proyectados					4

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.3.3 Gasto de Ventas

Los gastos de ventas están compuestos por los desembolsos de dinero destinados para el pago sueldos, publicidad, que será el eje del éxito de nuestro proyecto, estos crecen al ritmo de la inflación.

Cuadro N° 74**Proyección del Salario Básico Unificado**

Personal	S.B.U.	Sueldo Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal 12.15%
1 Cajera	318,00	3.816,00	318,00	318,00	318,00	159,00	463,64
total	318,00	3.816,00	318,00	318,00	318,00	159,00	463,64

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora

Cuadro N° 75**Proyección de Personal de Ventas**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
R.B.U.	349,48	366,15	383,62	401,92	421,09
Aporte Patronal 12.15%	463,64	485,76	508,93	533,21	558,64
Fondos De Reserva	15,90	16,66	17,45	18,29	19,16
Décimo Tercer Sueldo	318,00	333,17	349,06	365,71	383,16
Décimo Cuarto Sueldo	318,00	333,17	349,06	365,71	383,16
Vacaciones	159,00	166,58	174,53	182,86	191,58
Total	1.624,03	1.701,49	1.782,65	1.867,69	1.956,77

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora

Cuadro N° 76**Publicidad**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Radio Satélite	40.00	480.00
Hojas volantes	25.00	300.00
Prensa escrita 4 días	24.00	288.00
TOTAL	89.00	1068.00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: La autora

Cuadro N° 77
Depreciación de Activos Fijos de Ventas

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL	AÑO 1
COMPUTADOR HP 18-5011	1.150,99	3 AÑOS	383,66
TOTAL	1.150,99		383,66

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.4 Amortización del Préstamo

Para la ejecución de este proyecto se obtendrá un crédito de 23.225.81usd, en la Corporación Financiera Nacional quien apoyo proyectos productivos de pequeñas, medianas y grandes empresas, con un financiamiento del 80% o en su totalidad del valor del proyecto.

CUADRO N° 78
Datos del Préstamo

INSTITUCIÓN FINANCIERA:	Banco Nacional de Fomento
MONTO EN USD:	23.225.81
TAS DE INTERES:	10.50%
PLAZO:	5 Años
TASA EFECTIVA:	10.7756%
FECHA DE INICIO:	16/03/2015
MONEDA:	Dólares
AMORTIZACIÓN:	Cada 180 días
NUMERO DE PERIODOS:	10 PARA AMORTIZAREL CAPITAL

Cuadro N° 79**Tabla de Amortización**

N°.	Saldo inicial	Cuotas	Interés	Capital	Saldo Final
1	23.225,81	2.322,58	121,94	2.444,52	20.903,23
2	20.903,23	2.322,58	121,94	2.444,52	18.580,65
3	18.580,65	2.322,58	121,94	2.444,52	16.258,07
4	16.258,07	2.322,58	121,94	2.444,52	13.935,49
5	13.935,49	2.322,58	121,94	2.444,52	11.612,91
6	11.612,91	2.322,58	121,94	2.444,52	9.290,32
7	9.290,32	2.322,58	121,94	2.444,52	6.967,74
8	6.967,74	2.322,58	121,94	2.444,52	4.645,16
9	4.645,16	2.322,58	121,94	2.444,52	2.322,58
10	2.322,58	2.322,58	121,94	2.444,52	0,00

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 80 GASTOS FINANCIEROS.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	2141,32	1669,84	1198,36	726,87	255,39

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORACIÓN: Las Autora

5.5 Resumen de gastos proyectos**Cuadro N° 81****Gastos Proyectos**

DESCRIPC.	2013	2014	2015	2016	2017
Costo de Producción	13.697,12	14.346,74	20.321,71	21.287,01	22.298,18
Gasto Administ.	13.367,28	13.773,08	14.197,81	14.642,36	15.107,64
Gasto de Ventas	3.071,63	3.209,31	3.353,20	3.503,57	3.660,71
Gasto Deprecia.	1.178,19	1.178,19	1.178,19	794,53	794,53
Gasto Financiero	4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16	2.322,58
TOTAL	35.959,38	37.152,49	43.696,08	44.872,63	44.183,64

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.6 Estados Proforma

5.6.1 Estado de situación inicial

El balance inicial se elaborara al iniciar las operaciones de la pequeña empresa, de forma ordenada, registrando el capital con el que se cuenta para comenzar las actividades y su buen funcionamiento.

Cuadro N° 82
Balance de Arranque o Inicial al año cero
DULCE FRELE

INVERSIÓN		PASIVOS	
INVERSIÓN VARIABLE		INVERSIÓN FINANCIADA	
Capital de trabajo	23.476,41	Deuda	23.225.81
TOTAL ACT. CORRIENTES	<u>23.476.41</u>		
INVERSIÓN FIJA		TOTAL PASIVOS	
INVERSIÓN NO DEPRECIABLES			<u>23.225.81</u>
Terreno	875.00		
INVERSIÓN DEPRECIABLES		PATRIMONIO	
Construcción y Adecuación	7.640,00	Inversión Propia	15.484.00
Mue. Equipo de Oficina	1.210,92		
Muebles y Enseres	2.914.39		
Equipo de Computación	1.150.99		
TOTAL ACT. FIJO	<u>13.791.30</u>	TOTAL PATRIMONIO	15.484.00
Gasto Operacional	1.441.97		
TOTAL ACTIVO	<u>38.709.69</u>	TOTAL PASIVO Y CAPITAL	<u>38.709.69</u>

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORACIÓN: La Autora

5.5.2 Estado de Resultados

El estado de resultado representa un informe detallado en los ingresos y egresos que la empresa va teniendo durante su proceso y ayuda a identificar las condiciones en que se encuentra, es decir se está obteniendo utilidades o pérdidas.

Cuadro N° 83

Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias

DESCRIPCION	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
INGRESOS					
Ventas Proyectadas	43.134,85	65.000,48	92.903,63	128.138,90	172.247,28
Total Ingresos	.134,85	5.000,48	92.903,63	128.138,90	172.247,28
(-) Costos de Producción					
Materia Prima Directa	2.848,20	2.984,06	8.420,93	8.822,60	9.243,44
Mano de Obra Directa	10.236,92	10.725,22	11.236,81	11.772,81	12.334,37
Gastos Generales Fab.	612,00	637,46	663,98	691,60	720,37
Subtotal	13.697,12	14.346,74	20.321,71	21.287,01	22.298,18
Utilidad Bru. Proyect.	29.437,74	50.653,74	72.581,91	106.851,89	149.949,10
(-) Gastos					
Gastos Administrativos	13.367,28	13.773,08	14.197,81	14.642,36	15.107,64
Gastos Ventas	3.071,63	3.209,31	3.353,20	3.503,57	3.660,71
Gasto Financiero	4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16
Amortización	288,39	368,39	368,39	368,39	368,39
Depreciación	1.178,19	1.178,19	1.178,19	794,53	794,53
Total Gastos	22.550,66	23.174,14	23.742,76	23.954,01	24.576,44
Utilidad Ope. Proyec	6.887,08	27.479,60	48.839,15	82.897,88	125.372,66
Obligaciones					
(-) 15% Ptrab	1.033,06	4.121,94	7.325,87	12.434,68	18.805,90
Utilidad Proyectada Antes De Imp. Renta	5.854,02	23.357,66	41.513,28	70.463,20	106.566,76
(-) Impuesto Renta	-	-	-	-	-
Utilidad Neta Proyectada	5.854,02	23.357,66	41.513,28	70.463,20	106.566,76

FUENTE: Resumen del estudio técnico y financiero

ELABORADO POR: La autora

*No se calcula el Impuesto a la renta según el Código de Producción Art. 67 señala que se hace referencia a la exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas, y se señala que las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción, así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

5.6.2 Flujo de Caja con Protección

Por medio de este estado podemos observar cómo están reflejado las entradas y salidas de efectivo, derivada de los ingresos y egresos proyectados en el proyecto. No es más que una estimación del movimiento de efectivo, que nos permitirá evaluar la liquides o solvencia de la microempresa.

Cuadro N° 84
Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	2013	2014	2015	2016	2017
INVERSIONES		0				
Inversión Planta y Equipo	13.791,30					
Inversión Diferida	1.441,97					
Inversión Variable	23.476,41					
Total Inversiones	38.709,69					
(+)INGRESOS OPERACIONALES						
Ingreso por Ventas		43.134,85	65.000,48	92.903,63	128.138,90	172.247,28
Total Ingresos		43.134,85	65.000,48	92.903,63	128.138,90	172.247,28
(-)EGRESOS						
Costos de Operación		13.697,12	14.346,74	21.287,01	21.287,01	22.298,18
Gastos Administrativos		13.367,28	13.773,08	14.197,81	14.642,36	15.107,64
Gastos Financieros Interés		4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16	2.322,58
Depreciación de Activos		1.178,19	1.178,19	1.178,19	794,53	794,53

Amortización Activos Diferidos						
Total Egresos		32.887,76	33.943,17	41.308,18	41.369,06	40.522,94
=Utilidad Antes de Participaciones		10.247,10	31.057,31	51.595,45	86.769,84	131.724,34
(-) 15% Participación Trabajadores		1.537,06	4.658,60	7.739,32	13.015,48	19.758,65
(=) Utilidad Después de Participaciones		8.710,03	26.398,71	43.856,13	73.754,36	111.965,69
(-)Impuesto a la Renta		-	-	-	-	-
(=)Utilidad Neta		8.710,03	26.398,71	43.856,13	73.754,36	111.965,69
(+)Depreciaciones		1.178,19	1.178,19	1.178,19	794,53	794,53
(+)Amortizaciones		288,39	368,39	368,39	368,39	368,39
(+)Préstamo	23.225,81					
(-)Pago Capital Préstamo		4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16	4.645,16
(-)Inversión Inicial	(38.709,69)					
FLUJO NETO DE CAJA	(15.483,87)	5.531,46	23.300,14	40.757,56	70.272,12	108.483,46

FUENTE: Resumen del estudio técnico y financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.7 Evaluación Financiera

Nos permite evaluar o analizar los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, que estará sustentado teóricamente y observaremos su rentabilidad y para lo cual se emplea los siguientes métodos de evaluación.

5.7.1 Costo de Oportunidad y Tasa de rendimiento medio

Cuadro N° 85
Costo de Oportunidad

Concepto	Valor	Porcentaje	Tasa Ponderada	Valor Ponderado	
Inversión Propia	15483,87	0,40	0,0453	1,8120	0,01812
Inversión Financiada	23225,81	0,60	0,08175		0,04902
TOTAL	38709,69	1,00	0,16	6,71	0,0671

FUENTE: Estudio de financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Tasa de interés deposito plazo fijo en bancos privados 6.19%

Tasa de interés bancos 10%

Tasa de inflación 2013 4.77%

Tasa de Rendimiento Medio

CALCULO DEL TRM

$$\text{Tasa de rendimiento Medio (TRM)} = (1 + CK) (1 + \text{Inf}) - 1$$

$$CK = \text{Costo de oportunidad} \quad 6,71 \quad 1.06714$$

$$\text{Inf} = (\text{Inflacion}) \text{ anual} \quad 4,77 \quad 1,0477$$

$$\text{TRM} = (1 + CK) (1 + \text{Inf}) - 1 \quad 0,1180 \quad \mathbf{11,80\%}$$

5.7.2 Valor Actual Neto

Está basado en los flujos netos del proyecto que presenta durante su vida útil, lo que desea explicar es que si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable caso contrario estará en riesgo el proyecto.

$$VAN = - II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

Cuadro N°

86Van

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO TRM	ENTRADAS ACTUALES
0	-38.709,69		0,1180	-38.709,69
1		5.531,46		4.947,64
2		23.300,14		18.641,24
3		40.757,56		29.166,40
4		70.272,12		44.979,63
5		108.483,46		62.108,99
				159.843,90

ELABORACIÓN: La Autora

VAN= FLUJOS ACTUALIZADOS- INVERSION INICIAL

VAN=159.843,90- 38709,69

VAN=121.134,2

Este análisis demuestra que el proyecto es factible, ya que su rentabilidad a tiempo real es de 121.134,21

5.7.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna representa la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales.

Cuadro N° 87

Tasa Interna de Retorno

Año	Entradas En Efectivo	Factor TRM	Entradas Actualizadas	Factor 15%	Entradas Actualizadas
0	-38.709,69	0,1180	-38.709,69	15%	- 38.709,69
1	5.531,46		4.947,64		4.947,64
2	23.300,14		18.641,24		18.641,24
3	40.757,56		29.166,40		29.166,40
4	70.272,12		44.979,63		44.979,63
5	108.483,46		62.108,99		62.108,99
VAN			159.843,90		121.134,21
			280.978,11		- 159.843,90

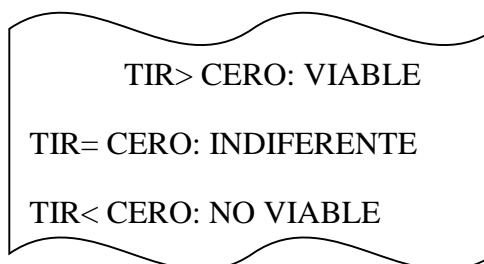
Fuente: Flujo de caja

ELABORACIÓN: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

-38.709,69	4.947,64	18.641,24	29.166,40	44.979,63	62.108,99
------------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------

$$\mathbf{TIR= 48,30\%}$$



La tasa Interna de Retorno que se obtuvo establece una rentabilidad del en el proyecto a una tasa del 48.30% positiva para la vigencia del proyecto, por lo tanto es proyecto es factible.

5.6.4. Relación Costo Beneficio

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

Simbología:

FC: Flujo de Caja = 129.948,95

I: Inversión = 72.668,39

i: TasadeRendimiento Medio = 0,1180

n = 5

$$IRBC = \frac{\frac{129.948,95}{(1 + 0.1180)^5}}{112\ 014.0372.668,39} = 1.02$$

El costo beneficio es mayor a uno; por lo que se puede señalar que el proyecto es aceptable, traduciendo este resultado sería que por cada dólar invertido se recupera 1.02 dólar durante la vida útil del proyecto.

5.7.4 Punto de Equilibrio

De acuerdo al volumen de ventas se establecerá el punto de equilibrio, que viene hacer el nivel de producción, en el cual se recupera los costos. Para calcular el punto de equilibrio se determinara costos fijos y costos variables. En este punto el valor del costo total es igual al valor de ingresos por ventas.

PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES

$$PE = 1 - \frac{\text{Costo Fijo}}{\frac{\text{Costo variable}}{\text{Venta}}} \quad PE = 1 - \frac{22.550.66}{\frac{13.697.12}{43.134.85}}$$

$$PE = 1 - \frac{22.550.66}{0.317541771} \quad PE = 1 - \frac{22.550.66}{0.682458229} \quad PE\$ = 33.043.00$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

cf.	22550,66
pv	5,97
cvu	1,90

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Coso variable unitario}}$$

$$PE = \frac{22.550.66}{4.07}$$

$$PE = 5536$$

Cuadro N° 88
Punto de Equilibrio

Concepto	1	2	3	4	5
Costos Fijos	22.550,66	23.174,14	23.742,76	23.954,01	24.576,44
Costos Variables	13.697,12	14.346,74	20.321,71	21.287,01	22.298,18
Costos Totales	36.247,78	37.520,88	44.064,47	45.241,02	46.874,62
Unidades	7226	10.394	14.179	18.666	23.949
Precio Unitario	5,97	6,25	6,55	6,86	7,19
Ventas	43.134,85	65.000,48	92.903,63	128.138,90	172.247,28
P.E	5536	4755	4638	4185	3.925
UNIDADES					
P.E DÓLARES	33.043	29.738	30.390	28.726	28.231

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

5.7.5 Período de Recuperación de Inversión

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo para poder tomar decisiones acertadas de si se invierte o no.

Cuadro N° 89
Periodo de Recuperación

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL
1	-38.709,69	4.947,64	-33.762,05
2		18.641,24	-15.120,81
3		29.166,40	44.287,20
4		44.979,63	89.266,83
5		62.108,99	151.375,82
Total flujos de caja		159.843,90	5
Tempo real de recuperación de la inversión		38.709,69	1,21

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

Según los resultados obtenidos, e determino que el tiempo en el que se logra recuperar la inversión con valores actualizados es al 1 año, 2 meses y 8 días, el cual es un tiempo razonable, tomando en cuenta lo grande que es la inversión.

5.7.6 Resumen de Evaluación de la Inversión

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

Cuadro N° 90

Resumen de Evaluación de la Inversión

Evaluación Financiera	Criterio de Evaluación	Valor	Resultado
TRM		11,80	
Valor Actual Neto	$VAN > 0$	198.553,58	Aceptable
Tasa Interna de Retorno %	$TIR > TRM$	48,30%	Aceptable
PRI =		1,21	Aceptable
Relación Costo Beneficio	$R C/B > 1$	2,36	Aceptable

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Nombre o Razón Social

Tipo de Empresa: Microempresa

Nombre de la empresa: Los Dulcesitos “FRELE”

Gráfico N° 2 Logotipo FRELE



6.1.1 Base Filosófica

Nuestra Filosofía “**Delicioso dulce casero con leche y fréjol**” con esta filosofía trataremos de satisfacer los gustos de los clientes.

6.2 Misión

Los dulcesitos “FRELE” tienen como misión esencial constituirse como microempresa y ofrecer un producto de calidad a un precio accesible cumpliendo con todas las expectativas de nuestros clientes. Y mejorar la calidad de vida de los trabajadores siendo el reflejo de nuestra calidad micro empresarial.

6.3 Visión

Será una microempresa que brindará el mejor producto a base de una legumbre con materia prima calificadas, y reconocido por nuestros clientes, alcanzando la excelencia y calidad en nuestro producto gracias a un personal preparado y de esta manera contribuir al desarrollo productivo de la ciudad.

6.4 Objetivos

- Lograr buen prestigio micro empresarial, ofreciendo un producto de calidad y a un precio accesible
- Distribuir un producto que cumplan con las normas de calidad actuales
- Analizar ventajas y desventajas competitivas de nuestro mercado

6.5 Políticas

- Trabajar con personal capacitado, que cumpla con los niveles adecuados de servicio al cliente, para brindar una atención de calidad.
- Garantizar la satisfacción del cliente mediante la prestación del producto de calidad superior
- Desarrollar relaciones mutuamente benéficas con los proveedores, garantizando calidad.
- El cumplimiento de las estrategias comerciales, administrativas y operacionales definidas, tales como calidad, higiene, administración

6.6 Valores Institucionales

Lealtad

Nuestros colaboradores trabajan en equipo, demuestran compromiso y respeto a los valores de la microempresa, somos recíprocos con la confianza depositada en cada uno de nosotros.

Responsabilidad

Entendemos como el cumplimiento de las funciones, dentro de la autoridad asignada. A una entrega oportuna del producto al cliente.

Liderazgo

Somos personas comprometidas en dar ejemplo, influyendo positivamente en el trabajo de los demás, generando un trabajo de equipo que produce resultados exitosos.

Excelencia en el Producto

Nos consideramos competentes para satisfacer continuamente las expectativas de nuestros clientes internos y externos, con actitud, agilidad y anticipándonos a sus necesidades.

Honestidad

Nos guiamos por la sinceridad y la coherencia de nuestras acciones dentro de un marco de franqueza y transparencia, tanto con la organización como consigo mismo.

Responsabilidad laboral

Según el código de trabajo vigente en el país son obligaciones del empleador a continuación enumero las principales.

1. Pagar un sueldo en la cantidad que corresponde y a su tiempo.
2. Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones. legales.
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.
4. Respetar las asociaciones de los trabajadores.
5. Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
6. Dar gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificado relativos a su trabajo.
7. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.
8. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores.

6.7 Estructura Organizacional

La organización es medio por el cual se derivan los niveles de autoridad y responsabilidad, además de que con esta base, es posible identificar aspectos como los niveles salariales y niveles de responsabilidad de las personas que conforman la organización

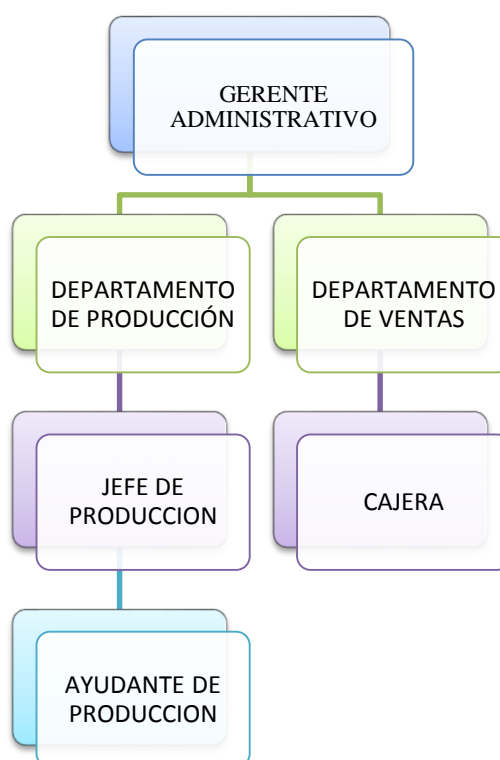
6.7.1 Organigrama Estructural

El organigrama es un gráfico que nos muestra la ubicación de los cargos y su responsable dentro de la organización

La estructura de “DULCESITOS FRELE.” es simple; el personal que colaborara con la elaboración de este producto, para la administración de la microempresa se necesita: gerente general, Jefe de Producción, Ayudante de producción Cajera, además una contadora encargada de cumplir con las disposiciones del SRI.

Gráfico N° 3

Organigrama Estructural



Fuente: investigación directa

Elaboración: la autora

6.8 Estructura Funcional

PARÁMETROS PROPUESTOS PARA ELECCIÓN EL PERSONAL DE LA MICROEMPRESA

6.8.1 Gerente

El gerente es el encargado de dirigir una empresa, tomar decisiones más relevantes de la misma; fijar sus objetivos, proyecciones, expectativas, y hacer un productividad de la microempresa.

FUNCIONES:

- Ser proactivo, es decir, armonizar en todas las decisiones y todos los actos los requerimientos del futuro inmediato y a largo plazo.
- Estimula la participación de sus trabajadores en la planificación, toma de decisiones y solución de problemas.
- Constituye el representante legal de la empresa en asuntos judiciales y extrajudiciales.
- Analiza y evalúa, conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados,
- las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas.

Perfil Profesional

- Ingeniero con título en Administración de empresas o carreras afines.
- Edad entre 25 y 40 años.
- Tener experiencia mínimo de 2 años en cargos similares.

Perfil Personal

- Facilidad para la toma de decisiones
- Capacidad para crear nuevas ofertas de producto
- Creatividad para la solución de problemas
- Habilidad para negociar
- Liderazgo

PERFIL PARA EL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN**6.8.2 Jefe de producción****FUNCIONES:**

- Coordinar con el departamento de comercialización lo necesario para la producción del dulce.
- Formular, junto con el gerente, las políticas, y normas, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de microempresa.
- Supervisar y controlar las compras de materia prima.

- Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

Perfil Profesional

- Preparación mínima la educación secundaria
- Conocimientos en la producción

Perfil Personal.

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Vocación de servicio
- Capacidad organizativa.
- Capacidad para resolver problemas.
- Discreción y honestidad comprobadas.

6.8.3 Ayudante de producción

FUNCIONES:

- Colaborar con el jefe de cocina en las compras de materia prima destinados para su área de trabajo
- Ayudar al jefe de cocina a elabora de la mejor manera el dulce
- Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento

Perfil Profesional

- Formación: Secundaria
- Conocimientos en atención a clientes

Perfil Personal

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Vocación de servicio
- Capacidad para resolver problemas.
- Discreción y honestidad comprobadas

PERFIL PARA EL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

6.8.4 Cajera

FUNCIONES:

- Recibir los pedidos en la microempresa
- Cobrar por el producto entregado
- Ayudar en el buen funcionamiento de la microempresa
- Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

Perfil Profesional

- Formación: Secundaria
- Especialidad : Contabilidad
- Conocimientos en atención a los clientes
- Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

Perfil Profesional

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Vocación de servicio
- Capacidad organizativa.
- Capacidad para resolver problemas.
- Discreción y honestidad comprobadas

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS

Los Impactos se definen como aquellos cambios que se generan a través de la ejecución del Proyecto y que determinarán los efectos en los ámbitos de influencia del mismo.

Para realizar el análisis de impactos en nuestro proyecto, haremos uso de una matriz; instrumento con el cual analizaremos individualmente a cada impacto, para luego concluir con un análisis general .

El desarrollo de la matriz inicia señalando el impacto a analizarse, luego estructuraremos una base de indicadores .Esta técnica consiste en dar valores a los elementos de cada aspecto a analizar y así determinar el impacto sobre el aspecto general de análisis.

El análisis de las matrices consiste en justificar las razones, causas y circunstancias del porqué se originan cada uno de los indicadores. La valoración se da según los niveles de impacto que en la siguiente tabla se los detallan.

Cuadro N° 91
Matriz de Impactos

IMPACTO	NIVEL
Impacto Alto Positivo	+3
Impacto Medio Positivo	+2
Impacto Bajo Positivo	+1
No hay Impacto	0
Impacto Bajo Negativo	-1
Impacto Medio Negativo	-2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Luego de haber analizado la matriz, procedemos al análisis de cada uno de los impactos utilizando la siguiente fórmula.

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.1 Impacto Social

Cuadro N° 92
Nivel Impacto Social

INDICADORES	PONDERACIÓN							TOTAL
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Satisfacción de Necesidades		x						2
Nivel Cultural		x						2
Integración del sector empresarial	x							3
TOTAL	3	4						7

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Nivel de Impacto Social = $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 7/3 = 2.3$$

= Impacto Medio Positivo

ANALISIS:

* Este impacto nos da a conocer, la manera de mejorar la cobertura y satisfacción de necesidades del sector micro empresarial de la Cantón Otavalo, permitiendo lograr un mejor desarrollo. Brindar ayuda comunitaria bienestar a los moradores brindando un producto, Entrega de un producto de calidad, beneficios al consumidor mejorando la calidad de vida y condiciones de trabajo.

* Este trabajo constituirá una estrategia para lograr que exista integración del sector empresarial con la apertura de la Microempresa, para comercializar un productos, el cuales es producido por los agricultores de la zona. El nivel de impacto para este aspecto se lo considerará alto positivo.

7.2 Impacto Económico

Cuadro N° 93
Nivel de Impacto Económico

INDICADORES	PONDERACIÓN							TOTAL
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Rentabilidad.	x							3
Generación de fuentes de trabajo	x							3
Mejora de calidad de vida	x							3
Inversión			x					1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Nivel de Impacto Económico= $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 10/3 = 3.3$$

$$= 3 \text{ Impacto Alto positivo}$$

ANÁLISIS

*La rentabilidad permitirá que la Microempresa se convierta en un negocio en marcha; cuyos recursos económicos sean invertidos en nuevas formas de mejoramiento del servicio.

* La generación de fuentes de empleo se ubica en primer lugares un aspecto que la Microempresa necesita como : elaboración de productos de excelente calidad, Entrega de un producto de calidad, beneficios al consumidor mejorando las condiciones de trabajo los que permitirán el desarrollo de la misma; y por ende las retribuciones serán basadas en un marco legal y humano.

*Mejora de calidad de vida permitirá que los hogares de los empleados cuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como: alimentación, vestido y vivienda, ya que podrán acceder a nuevas expectativas tanto personales como familiares.

*Al indicador Inversión, tiene una asignación de Impacto-Bajo-positivo ya que para un proyecto de éstas características es necesario altos montos de inversión.

7.3 Impacto Educativo

Cuadro N° 94
Nivel de Impacto Educativo

INDICADORES	PONDERACIÓN							TOTAL
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Incentivo para la elaboración de Propuestas.		x						2
Producto sustituto		x						2
Generación de propuestas.		x						2
TOTAL		6						6

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\begin{aligned} \text{Nivel de Impacto Educativo} &= (\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores}) \\ &= 6/3 = 2 \\ &= 2 \text{ impacto medio positivo} \end{aligned}$$

ANÁLISIS:

* Este proyecto ayudará a que personas emprendedoras analicen y se motiven en la creación de nuevas Microempresas, permitiéndoles obtener unas utilidades económicas que será más rentables que las esperadas en instituciones financieras.

* A través de la presente propuesta se dará a conocer la existencia de una alternativa más en la alimentación diaria, de igual manera se lograra dar a conocer la calidad del producto, ya que no es conocido en el aspecto de la elaboración de un dulce conociéndole como una legumbre y mas no como una fruta, es un producto elaborado de manera casera esperando obtener excelentes resultados para una satisfacción de sus necesidades y de un servicio eficiente y eficaz.

*La generación de propuestas contribuye al desarrollo de nuevos proyectos en campos similares.

7.4 Impacto Ambiental

Cuadro N° 95
Nivel de Impacto Ambiental

INDICADORES	PONDERACIÓN							TOTAL
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Manejo de los desechos	x							3
Atención medica permanente	x							3
Plan de manejo ambiental		x						2
TOTAL	6	2						8

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Nivel de Impacto Ambiental= $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$

$$= 8/3 = 2.6$$

= 3 impacto alto positivo

*Se realizara un adecuado manejo de desechos, los mismos que en un futuro podrían ser acusantes de enfermedades respiratorias.

*La Microempresa está en la obligación de brindar a sus empleados de brindar atención medica permanente, afiliaciones al seguro para de esa manera evitar complicaciones tanto propia como ajena a si mismo.

*Toda empresa dedicada a la prestación de servicio, o de producción de contar con un plan de manejo ambiental, analizando los efectos causados en el desarrollo de las actividades de la microempresa como es el manejo de desechos como es el plástico, cartones con el fin de que se cumpla las normas de protección al medio ambiente.

7.5 Matriz General de Impactos

Cuadro n° 96

Nivel de Impacto General

IMPACTOS	PONDERACIÓN							TOTAL
	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Social		x						2
Económico	x							3
Educativo		x						2
Ambiental	x							3
TOTAL	6	4						10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$\Sigma = 11$ **Nivel de Impacto General** = (Σ Nivel de Impacto / No. de indicadores)

$$= 10/4 = 2.5$$

= 3 Impacto Alto Positivo

Por todo lo indicado en lo referente a los Impactos que tendrá el proyecto y valorado con 3 como promedio en la matriz general; el Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa en el Cantón Otavalo tendrá un Impacto Alto Positivo, por lo que es de gran importancia la puesta en marcha de la propuesta. Esto quiere decir que; el proyecto genera en el área social, económica, educativa y ambiental, un Impacto Medio Positivo.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa productora y comercializadora de dulce a base de frejol con leche, se puede afirmar que se alcanzado con los objetivos planteados, y se exponen a continuación los principales logros y hallazgos obtenidos, sintetizados en las siguientes conclusiones.

✚ Con la elaboración del estudio diagnóstico se ha podido analizar la situación actual del barrio Punyaro

✚ Que las bases teóricas fueron necesarias para abordar la investigación ya que sustentaron cada uno de las etapas del proyecto mientras se desarrollaba.

✚ Con los resultados obtenidos del estudio de mercado se pudo determinar la deficiencia de la oferta y se toma como una oportunidad la demanda insatisfecha que existe un alto porcentaje que no ha podido ser cubierta; además que es un producto que se comercializa a nivel nacional; y la microempresa fácilmente podrá captarla.

✚ Que de acuerdo a la investigación realizada se debe recalcar que las microempresas existentes son familiares y atendidos por sus mismos propietarios, y no cumplen con las jornada laboral establecida por el código de trabajo, debido por la magnitud de su trabajo que requiere de horas laborables

✚ Se pudo definir la tecnología, mano de obra, localización del proyecto, etc. Y sus costos para calcular la inversión total que requiere el proyecto para poder empezar a operar. Se establece también la estructura orgánica-funcional por la que estará manejada la microempresa, para el presente proyecto el propietario aportara con el 40% de la inversión y la diferencia será financiada a través de una entidad financiera.

✚ Los indicadores de evaluación financiera muestran un camino favorable para el proyecto, la incertidumbre baja cuando se analiza que si inversión realizada se va a ganar o no, en cuanto tiempo aproximado se va a recuperar.

✚ La pequeña empresa tendrá una estructura orgánica y funcional diseñada de manera fácil que garantiza su comprensión y desempeño efectivo en las actividades administrativas, con la finalidad de que al momento de iniciar sus operaciones no existan errores en las tareas designadas.

✚ El estudio de impactos contempla un resultado general medio positivo por lo que el proyecto muestra una expectativa favorable desde este punto de vista.

RECOMENDACIONES

✚ Para el diagnóstico situacional se debe indagar los aspectos más relevantes que vayan influir en el desarrollo del proyecto, aplicando herramientas de investigación importantes como encuestas y entrevistas, esto dará aún una visualización más directa sobre la situación real del sector.

✚ Las bases filosóficas y científicas deben mantener el sentido real y técnico del proyecto, para mantener una investigación correcta y actualizada de los aspectos determinantes y sirva como referente al propietario.

✚ Un buen estudio de mercado está realizado por una población real y acorde a la investigación del proyecto para obtener una inversión adecuada que sirva como una oportunidad para el inversionista y establecer buenas estrategias para ser muy competitivos.

✚ El estudio financiero debe mostrar valores reales y mantener un sentido histórico, puesto que de él dependerá la decisión en invertir o no en el proyecto.

✚ Se debe implementar esta actividad productiva como es la pequeña empresa por su atractiva rentabilidad y su recuperación de la inversión. La misma genera una utilidad de acuerdo a los resultados financieros aplicados.

✚ Una adecuada delegación de funciones en la empresa, con mano de obra eficiente, capaz y comprometida en sacar adelante la pequeña empresa, se tendrá como resultado a la consecución de eficaz de los objetivos que hemos planteado en el proyecto. Esto con lleva a la aplicación acertada al cumplimiento de los principios y valores citados; dando a conocer a los empleados cada uno de sus responsabilidades para evitar malos entendidos.

✚ En definitiva es necesario aprovechar y reforzar los impactos positivos que genera el proyecto en su funcionamiento, y contrarrestar al máximo los impactos negativos que puede generar al inicio o durante el desarrollo de las actividades productivas de la microempresa

BIBLIOGRAFIA

- AGUILAR, R. (2010, Enero 11). El bajo rendimiento del maní impide la exportación. *Diario Hoy*, p. 10.
- Alberto., C. S. (2005). *Principios de Mercadeo*. . Bogotá- Colombia:: Editorial Eco Ediciones, Cuarta Edición.
- ANZOLA ROJAS, S. (2010). *Contabiliad*. Edición. Bogotá-Colombia.: Editorial Norma S.A.
- ARMSTRONG, K. Y. (2008). *Fundamentos de Marketing* . Mexico: Pearson Educacion.
- ARMSTRONG, P. G. (2006). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: 5ta Edicion Pearson Educacion .
- BACA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc. Graw Hill.
- BARRAGAN, J. (2005). *Las empresas y su diversidad*. Mexico: Edit. Pearson Educacion, Quinta Edicion.
- BRAVO, M. (2011). *Contabilidad General*. In M. BRAVO, *Contabilidad General* (Décima ed., p. 1). Quito, Pichincha, Ecuador: 8va Edición Editora Nuevodía Ecuador.
- BRAVO, M. (2011). *Contabilidad General* (Décima ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Escobar impresores.
- CHIAVENATO, I. (2005). *Introducción a la Administración*. Mexico: Quinta – Edición.
- CHILQUINGA, M. (2007). *Contabilidad de Costos*. Ibarra: Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador.
- CÓRDOVA, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bógota: ECOE.
- GISPERT, C. (2008). *Enciclopedia Práctica de la pequeña y Mediana empresa*. Quito: Editorial Oceano.
- GRUPO, O. (2009). *Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa*. Barcelona: MMVIII Editorial Oceano.
- HANS Diehl, L. A. (2005). *VIDA DINAMICA*.
- JÁCOME V, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Ibarra: Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador.
- JONES, & Gareth. (2088). *Teoria Organizacional: Diseño y cambio en las Organizaciones* . Mexico : Edit Pearson Educacio, Quinta Edicion .
- LAMB JR. Charles W, H. J. (2008). *Publicidad y Promocion de ventas*. Mexico: 9na edicion.
- LONGENECKER Justin, M. C. (2010). *Finanzas Microempresarial*. Mexico: 14 Edicion.

- LOPEZ, A. (2006). Enciclopedia Tematica Edicol. Madrid: España Cultural S.A.
- MONTERO, E. (2005). Manual de la Gestión de la Microempresa. IBARRA.
- Nora, B. (2009). Analisis sensoriales de los alimentos. Quito.
- SOLANO, F. (2012). Contabilidad General (Primera ed.). Medellin, Colombia: Ediciones de la U.
- ORTEGA, A. (2010). las Finanzas del Estado . Bogota- Colombia: Edit. Ecoe, Ediciones.
- REGISTRO OFICIAL. (2008). Constitución de la República del Ecuador (N° 449 ed.). Quito: Editora Nacional.
- REGISTRO OFICIAL. (2011). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (N° 444 ed.). Quito: Editora Nacional.
- REGISTRO OFICIAL, N. 3. (1970, Enero 24). Decreto de Ordenanza creación Parroquia Alluriquín. Santo Domingo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.
- REGISTRO OFICIAL, 648. (2012). Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Quito: Editora Nacional.
- REGISTRO, O. (2010). Código de la Producción (351 ed.). Quito: Nacional.
- REYES PONCE, A. (2007). Administración de Empresas teoria y practica. Quito: Editorial Limursa.
- RINCONSOTO, C., & LOOSLI, J. y. (2009). Contabilidad Siglo XXI. Bogotá, Colombia: Ediciones ECOE.
- RODAS CARPIZO A, R. A. (2007). administración Basica. Mexico: 4ta Edicion Mexico Limusa.
- ROMERO, J. (2006). principios de contabilidad. Mexico: 3ra Edición McGraw-Hill. México.
- SANCHEZ, I. O. (2008). Introducción a la contaduría. Mexico: 1ra edición por Persson Educación.
- SAPAG, N. (2008). Preparación y Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill.
- SUBIA CE PERALTA, E. F. (2007). Diagnostico de producto de cosecha. México: Publicaciones Mexico.
- TERRY, G. y. (2008). Administración para Empresas. México: McGraw Hill Editorial, Decima cuarta Edición.
- VARELA V, R. (2008). Innovacion Empresarial Arte y Ciencia en la creación de Microempresa. Colombia: Pearson educacion Colombia.
- VARELA, R. (2010). Evaluación Económica de Proyectos de Inversión . Mexico: Edit. McGraw Hill.
- VILLEGAS DE GANTE, A. (2009). Tecnologia de alimentos de Origen animal. México: Persson Education, México.
- WARRE, C. S. (2009). Contabilidad Financiera. Quito: Edit. Andinos.

LINKOGRAFIA

- ✚ *Agrovariadades*. (2011, Agosto 23). Retrieved Abril 12, 2013 from http://www.elcomercio.com/agromarvariedades-frejol-consumen_0_467953228.html
- ✚ http://www.agrobit.com/Info_tecnica/Ganaderia/prod_lechera
- ✚ http://babcock.wisc.edu/sites/default/files/de/es/de_19.es.pdf
- ✚ CEPAL, <http://www.rlc.fao.org/bases/alimento/print.asp?d=438> Consultado el 27 de marzo de 2006
- ✚ <http://www.zonadiet.com/nutricion/potasio.htm#ixzz2I5oYITgd>
- Color, D. y. (2011, Mayo 25). <http://www.fadu.uba.ar/sitios/sicyt/color/2002GACt>. From .
- ✚ LABORALES, M. D. (2012, Diciembre 26). Acuerdo Ministeriales 0216 Comisiones Sectoriales. *Incremento de Salarios 2013*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- ✚ BERNA, A. (2010, Febrero 14). *Beneficios de la Leche*. From www.mejorforo.net
- ✚ GARCIA RAMOS, M. (2012, Noviembre 14). Microempresas. *Revista Lideres*, p. 25.

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información que servirá para obtener datos que nos ayuden en la investigación que realizamos, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA**.

Instrucciones: Marque con una x lo que usted crea conveniente.

CUESTIONARIO

1. ¿Con qué frecuencia ud consumen algun tipo de dulce o mermelda?

Diario Semanal Quincenal Mensual De vez en cuando

2. ¿estaria usted dispuesto a consumir el dulce a base de fréjol con leche?

Dispuesto Totalmente dispuesto No lo consumiria N/C

3. ¿Cuál es la forma de presentación de dulce o mermelada que usted más consume?

Fraco vidrio/plastico

Sachets

4. ¿Que características toma usted en cuenta al momento de adquirir algun tipo de dulce?

Precio adecuado

Calidad del producto

Atencion al cliente

5. ¿En que lugar usted consume o adquiere algun tipo de dulce?

Supermercado

Tiendas

Puestos informales

Otros

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un frasco de vidrio de 300gr de dulce a base de fréjol con leche?

Entre \$3.00 a \$4,00,

de \$5,00 a \$6.00

de \$7,00 s \$8,00

Más de \$9,00

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un sachets de dulce a base de fréjol con leche?

Entre \$1,50 a \$2,00,

de \$2,00 a \$2,50

de \$2,50 s \$3,00

Más de \$3,00

8. ¿Cómo califica usted al dulce a base de fréjol con leche?

Muy bueno

Bueno

Regular

¿Está usted de acuerdo que se implemente en la ciudad de Otavalo, una microempresa dedicada a la producción y comercialización de dulce casero a base de fréjol con leche?

SI

NO

DATOS TÉCNICOS:

GENERO

Masculino ()

Femenino ()

OCUPACION

Empleado público () Empleado privado () Ama de casa () Estudiante ()

EDAD

15-22() 23-30() 31-38() 39-46() 47-54() 55-62()

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA

DEL NORTE

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información que servirá para obtener datos que nos ayuden en la investigación que realizamos, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA**.

CUESTIONARIO

1. Desde qué año viene produciendo el dulce

.....

2. ¿Qué cantidad de dulces produce usted al mes?

.....

3. ¿Qué cantidad de dulces ha producido durante estos últimos tres años?

.....

4. ¿Cuál es el precio de venta de su producto?

.....

5. ¿Cuál es su forma de financiamiento para adquirir tecnología?

.....

ANEXO 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

OBJETIVO: Analizar los escenarios del entorno en que se desarrollará la microempresa productora y comercializadora de dulce a base de fréjol con leche

Entrevistado:

Institución:

Cargo o Función:

Entrevistador:

Fecha:

1. El marco legal y jurídico existente en el país ¿de qué manera incide en el sector productivo?

.....
.....

2. Cómo organismo público se han establecido programas de capacitación y asistencia técnica para ayudar a las pequeñas empresas?

.....
.....

3. ¿Qué necesitan las pequeñas empresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

.....
.....

4. ¿Cuál es el apoyo que brindan al desarrollo microempresarial?

.....
.....

5. Esta usted de acuerdo que se implemete una nueva microempresa dentro de la ciudad

.....
.....






6.Cuál es la situación actual de la producción de dulces caseros en la ciudad de Otavalo?

.....
.....

ANEXO 4

PROFORMA EQUIPO DE COMUTACIÓN Y MUEBLES Y ENSERES

Carrito de compras

Producto	Envío	Precio	Cantidad	Total
 <p>All In One Celeron HP 18-5011 Negro 100046022001 HP Suministrados y entregados por Comandato</p>	a calcular	\$ 1,027.67	1	\$ 1,027.67
 <p>Frigobar Electrolux ERDW093MMG, Compacto 1 Puerta Frost 92L/3.25Cult - Gris 100047336 Electrolux Suministrados y entregados por Comandato</p>	a calcular	\$ 377.13	1	\$ 377.13
 <p>Licuadora Imaco BL-75, Capacidad 2 Litros, Potencia 350W, Color Blanco. 100001592 Imaco Suministrados y entregados por Comandato</p>	a calcular	\$ 50.89	2	\$ 101.78
 <p>Tv Led Riviera DLEDD28CHD20D 28" High Definition, HDMI, USB 100043090 Riviera Suministrados y entregados por Comandato</p>	a calcular	De \$ 464.83 Por \$ 318.61	1	\$ 318.61
 <p>Teléfono Inalámbrico General Electric LA28512EE1 100046776 General Electric Suministrados y entregados por Comandato</p>	a calcular	\$ 31.25	1	\$ 31.25

Sumar cupón de descuento

Subtotal	\$ 1,856.44
Impuestos	\$ 222.76
Total	\$ 2,079.20

Elegir más productos

Finalizar compra

ANEXO 5

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Amortización de la deuda					
No	SALDO INICIAL	CUOTAS	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL
1	23225,81	387,10	196,45	583,55	22838,72
2	22838,72	387,10	193,18	580,27	22451,62
3	22451,62	387,10	189,90	577,00	22064,52
4	22064,52	387,10	186,63	573,73	21677,42
5	21677,42	387,10	183,35	570,45	21290,33
6	21290,33	387,10	180,08	567,18	20903,23
7	20903,23	387,10	176,81	563,90	20516,13
8	20516,13	387,10	173,53	560,63	20129,04
9	20129,04	387,10	170,26	557,35	19741,94
10	19741,94	387,10	166,98	554,08	19354,84
11	19354,84	387,10	163,71	550,81	18967,75
12	18967,75	387,10	160,44	547,53	18580,65
13	18580,65	387,10	157,16	544,26	18193,55
14	18193,55	387,10	153,89	540,98	17806,46
15	17806,46	387,10	150,61	537,71	17419,36
16	17419,36	387,10	147,34	534,44	17032,26
17	17032,26	387,10	144,06	531,16	16645,17
18	16645,17	387,10	140,79	527,89	16258,07
19	16258,07	387,10	137,52	524,61	15870,97
20	15870,97	387,10	134,24	521,34	15483,87
21	15483,87	387,10	130,97	518,06	15096,78
22	15096,78	387,10	127,69	514,79	14709,68
23	14709,68	387,10	124,42	511,52	14322,58
24	14322,58	387,10	121,15	508,24	13935,49
25	13935,49	387,10	117,87	504,97	13548,39
26	13548,39	387,10	114,60	501,69	13161,29
27	13161,29	387,10	111,32	498,42	12774,20
28	12774,20	387,10	108,05	495,15	12387,10
29	12387,10	387,10	104,77	491,87	12000,00
30	12000,00	387,10	101,50	488,60	11612,91
31	11612,91	387,10	98,23	485,32	11225,81
32	11225,81	387,10	94,95	482,05	10838,71
33	10838,71	387,10	91,68	478,77	10451,62
34	10451,62	387,10	88,40	475,50	10064,52
35	10064,52	387,10	85,13	472,23	9677,42
36	9677,42	387,10	81,85	468,95	9290,32

37	9290,32	387,10	78,58	465,68	8903,23
38	8903,23	387,10	75,31	462,40	8516,13
39	8516,13	387,10	72,03	459,13	8129,03
40	8129,03	387,10	68,76	455,85	7741,94
41	7741,94	387,10	65,48	452,58	7354,84
42	7354,84	387,10	62,21	449,31	6967,74
43	6967,74	387,10	58,94	446,03	6580,65
44	6580,65	387,10	55,66	442,76	6193,55
45	6193,55	387,10	52,39	439,48	5806,45
46	5806,45	387,10	49,11	436,21	5419,36
47	5419,36	387,10	45,84	432,94	5032,26
48	5032,26	387,10	42,56	429,66	4645,16
49	4645,16	387,10	39,29	426,39	4258,07
50	4258,07	387,10	36,02	423,11	3870,97
51	3870,97	387,10	32,74	419,84	3483,87
52	3483,87	387,10	29,47	416,56	3096,77
53	3096,77	387,10	26,19	413,29	2709,68
54	2709,68	387,10	22,92	410,02	2322,58
55	2322,58	387,10	19,65	406,74	1935,48
56	1935,48	387,10	16,37	403,47	1548,39
57	1548,39	387,10	13,10	400,19	1161,29
58	1161,29	387,10	9,82	396,92	774,19
59	774,19	387,10	6,55	393,65	387,10
60	387,10	387,10	3,27	390,37	0,00